

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS TURISTICOS Y DEPORTES  
ACUATICOS EN LA CIENAGA DE AYAPEL EN EL DEPARTAMENTO DE  
CÓRDOBA, AÑO 2020**

**PRESENTADO POR:**

**SIERRA CORDERO LUZ ADIELA**

**VERGARA CERMEÑO THIANY**

**ASESOR:**

**ALFONSO GARZON LUIS FERNANDO**

**UNIVERSIDAD DE CORDOBA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS JURIDICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ADMINISTRACION EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**CÓRDOBA**

**MONTELIBANO 2020**

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS TURISTICOS Y DEPORTES  
ACUATICOS EN LA CIENAGA DE AYAPEL EN EL DEPARTAMENTO DE  
CÓRDOBA, AÑO 2020

LUZ ADIELA SIERRA CORDERO

THIANY VERGARA CERMEÑO

Opción de grado Creación de Empresa para optar al título de Administrador en Finanzas y  
Negocios Internacionales

ASESOR:

LUIS FERNANDO ALFONSO GARZON

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

MONTELIBANO – CÓRDOBA

2020

## **Constancia de Aprobación de Tutores**

### **NOTAS DE ACEPTACIÓN**

---

---

---

---

---

---

### **COMENTARIOS**

---

**Asesor**

---

**Jurado**

---

**Jurado**

**Montería - Córdoba**

## DEDICATORIAS

*El presente trabajo investigativo lo dedicamos principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.*

*A nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos. Ha sido el orgullo y el privilegio de ser sus hijas, son los mejores padres.*

*A nuestros hermanas (os) por estar siempre presentes, acompañándonos y por el apoyo moral, que nos brindaron a lo largo de esta etapa de nuestras vidas.*

*A todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.*

## **AGRADECIMIENTOS**

A todas las personas que hicieron posible la conclusión de esta tesis, agradecemos: a Dios, a todos los profesores de la Universidad de Córdoba que estuvieron a lo largo de nuestra carrera hacia esta instancia, al asesor Luis Fernando Alfonso, quien con sus conocimientos nos encamino para poder lograr este objetivo.

# Contenido

1.	INTRODUCCION.....	10
2.	RESUMEN EJECUTIVO.....	14
3.	REFERENTE TEORICO CONCEPTUAL.....	15
4.	ESTUDIO DE MERCADO .....	19
	SERVICIO.....	19
	DELIMITACIÓN ÁREA GEOGRÁFICA.....	21
	ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	23
	1.1.1. CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA .....	23
	1.1.2. INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCION DE DATOS .....	25
	1.1.3. ANÁLISIS DE RESULTADO.....	28
	1.1.4. CÁLCULO DE LA DEMANDA ACTUAL .....	45
	Análisis de la oferta.....	48
	Demanda existente proyectada a 5 años. ....	50
	Análisis de los precios .....	50
	CANAL DE COMERCIALIZACIÓN .....	62
	ESTRATEGIA DEL MERCADO .....	64
2.	ESTUDIO TECNICO.....	65
	Localización.....	65
	2.1.1. Macro localización .....	65
	2.1.2. Micro localización .....	66
	Determinación del tamaño.....	69
	Capacidad del proyecto. ....	70
	Plan de producción .....	79
3.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL .....	81
	NATURALEZA JURÍDICA .....	81
	MISIÓN .....	83
	VISIÓN .....	84
	VALORES CORPORATIVOS .....	84
	POLÍTICAS .....	84
	ORGANIGRAMA .....	86
	MANUAL DE FUNCIONES.....	87

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO EMPRESA TURIAYAPEL SAS .....	93
4. ESTUDIO FINANCIERO .....	120
Inversiones .....	120
Distribución de costos .....	122
Punto de equilibrio.....	130
4.3 Capital de trabajo .....	132
Flujo neto.....	134
Proyecciones Financieras .....	138
FLUJO NETO DE OPERACIONES .....	139
4.1.1. FLUJO NETO DEL PROYECTO .....	140
Evaluación Financiera .....	140
5. ESTUDIO DEL IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL .....	141
SOCIAL .....	141
AMBIENTAL.....	142
CONCLUSIONES.....	145
RECOMENDACIONES.....	147
Bibliografía .....	149
ANEXOS .....	151

## Lista de Tablas

<b>Tabla 1:</b> pregunta 1 ¿Cree usted que el municipio de Ayapel cuenta con las virtudes necesarias para ser un lugar visitado por turistas extranjeros y nacionales? .....	28
<b>Tabla 2</b> pregunta 2 ¿Está de acuerdo con que en el Municipio de Ayapel Córdoba, se necesiten servicios que incentiven y creen escenarios que potencialicen el desarrollo de actividades recreativas, deportivas y turísticas? .....	29
<b>Tabla 3</b> pregunta 3 ¿Le gustaría ver una empresa de servicios que le brinde varias alternativas de diversión, esparcimiento y cambio de ambiente a través del turismo interno? .....	31
<b>Tabla 4</b> pregunta 4 ¿Qué tipo de actividades acostumbra usted a realizar los fines de semanas, los feriados y durante las vacaciones? .....	32
<b>Tabla 5</b> pregunta 5 ¿Qué tipo de servicios le gustaría que la empresa de turismo interno ofrezca? .....	33
<b>Tabla 6</b> pregunta 6 ¿Cuál cree usted que son los servicios más usados por los turistas en el Municipio de Ayapel Córdoba? .....	35
<b>Tabla 7</b> pregunta 7. ¿Cree usted que la implementación de una empresa prestadora de servicios turísticos en el municipio de Ayapel genere más empleos para la población local? ..	36
<b>Tabla 8</b> pregunta 8 ¿Ve la posibilidad de preservar las costumbres y tradiciones de los Ayapelanos por medio del turismo? .....	38
<b>Tabla 9</b> pregunta 9 ¿Le gustaría que el Municipio de Ayapel fuera un destino turístico dentro del departamento de Córdoba? .....	39
<b>Tabla 10</b> pregunta 10 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios turísticos ofrecidos (solo quienes respondieron SI en la pregunta 3)? .....	40
<b>Tabla 11</b> ¿Ha solicitado usted algún plan de turismo como Ecoturismo, Excursiones, Turismo rural, entre otros? .....	41
<b>Tabla 12</b> ¿Cada cuánto acostumbra a realizar actividades recreativas y culturales? .....	42
<b>Tabla 13</b> ¿Cómo se entera usted usualmente de los servicios de turismo que se ofrecen? .....	43
<b>Tabla 14</b> cálculo de la demanda actual .....	45
<b>Tabla 15</b> demanda de servicios alternos .....	46
<b>Tabla 16</b> frecuencia del servicio alternativo .....	46
<b>Tabla 17</b> proyección de la demanda actual .....	47
<b>Tabla 18</b> consumidores .....	48
<b>Tabla 19</b> población total consumidores .....	49
<b>Tabla 20</b> proyección de la oferta actual.....	50
<b>Tabla 21</b> proyección de la demanda insatisfecha existente .....	50
<b>Tabla 22</b> analisis de precios competencia .....	51
<b>Tabla 23</b> Análisis de la competencia .....	54
<b>Tabla 24</b> proyección de venta año 1. Empresa TuriAyapel S.A.S .....	57
<b>Tabla 25</b> proyección de venta año 2. Empresa TuriAyapel S.A.S .....	58
<b>Tabla 26</b> proyección de venta año 3. Empresa TuriAyapel S.A.S .....	59
<b>Tabla 27</b> proyección de venta año 4. Empresa TuriAyapel S.A.S .....	60
<b>Tabla 28</b> proyección de venta año 5. Empresa TuriAyapel S.A.S .....	61
<b>Tabla 29</b> Matriz de Micro localización.....	67
<b>Tabla 30</b> demanda insatisfecha .....	69



<b>Tabla 31 Cantidad de servicios .....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 32 capacidad instalada por servicio .....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 33 ficha técnica de la empresa TuriAyapel S.A.S para recorrido por el municipio de Ayapel.....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla 34 ficha técnica de la empresa TuriAyapel S.A.S para excursiones ecológicas .....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 35 ficha técnica de la empresa TuriAyapel S.A.S para actividades acuáticas .....</b>	<b>73</b>
<b>Tabla 36 ficha técnica de la empresa TuriAyapel S.A.S para paseos acuáticas y aéreos .....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 37 Manual De Funciones Del Gerente.....</b>	<b>87</b>
<b>Tabla 38 Manual De Funciones Del Contador .....</b>	<b>88</b>
<b>Tabla 39 Manual De Funciones Del Asesor Comercial.....</b>	<b>89</b>
<b>Tabla 40 Manual De Funciones Del Guía Turístico.....</b>	<b>90</b>
<b>Tabla 41 Manual De Funciones Del Operador de Motor Fuera de Borda .....</b>	<b>91</b>
<b>Tabla 42 Manual De Funciones Del Operador de Hidroavioneta .....</b>	<b>92</b>
<b>Tabla 43 Inversiones En Obras Físicas .....</b>	<b>120</b>
<b>Tabla 44 Inversiones En Maquinaria Y Equipo .....</b>	<b>120</b>
<b>Tabla 45 Inversiones En Muebles Y Enseres .....</b>	<b>121</b>
<b>Tabla 46 Inversiones En Activos Intangibles .....</b>	<b>122</b>
<b>Tabla 47 Costo De Mano De Obra .....</b>	<b>122</b>
<b>Tabla 48 Costos De Operación .....</b>	<b>123</b>
<b>Tabla 49 Costos De Servicio De Primer Año De Operación .....</b>	<b>124</b>
<b>Tabla 50 gastos depreciación .....</b>	<b>125</b>
<b>Tabla 51 Remuneración Al Personal Administrativo .....</b>	<b>127</b>
<b>Tabla 52 Gastos Administrativos.....</b>	<b>127</b>
<b>Tabla 53 Gastos De Ventas .....</b>	<b>127</b>
<b>Tabla 54 Amortización De Gastos Diferidos .....</b>	<b>128</b>
<b>Tabla 55 Distribución De Costos .....</b>	<b>129</b>
<b>Tabla 56 precio de venta unitario y margen .....</b>	<b>130</b>
<b>Tabla 57 datos punto de equilibrio .....</b>	<b>131</b>
<b>Tabla 58 cálculo del punto de equilibrio .....</b>	<b>131</b>
<b>Tabla 59 punto de equilibrio.....</b>	<b>132</b>
<b>Tabla 60 costos operacionales anuales.....</b>	<b>132</b>
<b>Tabla 61 capital de trabajo Año 0 .....</b>	<b>133</b>
<b>Tabla 62 proyección de capital de trabajo .....</b>	<b>133</b>
<b>Tabla 63 inversión capital del trabajo .....</b>	<b>134</b>
<b>Tabla 64 inversiones fijas.....</b>	<b>134</b>
<b>Tabla 65 valor residual de activos .....</b>	<b>135</b>
<b>Tabla 66 flujo neto de inversión .....</b>	<b>137</b>
<b>Tabla 67 ingreso Año 1 .....</b>	<b>138</b>
<b>Tabla 68 presupuesto de ingresos .....</b>	<b>138</b>
<b>Tabla 69 presupuesto costo operacionales.....</b>	<b>139</b>
<b>Tabla 70 flujo neto de operación .....</b>	<b>139</b>
<b>Tabla 71 flujo neto del proyecto .....</b>	<b>140</b>
<b>Tabla 72 evaluación financiera .....</b>	<b>140</b>

## Lista de graficas

<b>Grafica 1</b> ser un lugar turístico .....	28
<b>Grafica 2</b> servicios que incentiven el desarrollo de actividades recreativas, deportivas y turísticas .....	30
<b>Grafica 3</b> empresa de servicios turísticos internos .....	31
<b>Grafica 4</b> actividades que acostumbran a realizar .....	32
<b>Grafica 5</b> Servicios a ofrecer .....	34
<b>Grafica 6</b> Servicios más usados .....	35
<b>Grafica 7</b> Servicios más usados .....	37
<b>Grafica 8</b> Servicios más usados .....	38
<b>Grafica 9</b> servicios más usados .....	39
<b>Grafica 10</b> valor a pagar por el servicio .....	40
<b>Grafica 11</b> ¿Ha solicitado algún plan de turismo? .....	42
<b>Grafica 12</b> frecuencia con la que se realizan actividades recreativas y culturales .....	43
<b>Grafica 13</b> medio por el cual recibiste la información .....	44
<b>Grafica 14</b> canal de distribución <i>proyección de venta año 5. Empresa TuriAyapel S.A.S</i>	62

## Lista de ilustraciones

<b>Ilustración 1</b> Mapa de Ayapel y sus extensiones .....	21
<b>Ilustración 2:</b> Mapa del municipio de Ayapel .....	22
<b>Ilustración 3</b> logo TURIA YAPEL S.A.S .....	63
<b>Ilustración 4</b> localización geográfica Ayapel – Córdoba .....	66
<b>Ilustración 5</b> Zona seleccionada .....	69
<b>Ilustración 6</b> análisis de los procesos de producción empresa Turiayapel S.A.S .....	76

## **Lista de figuras**

<b>Figura 1 análisis de los procesos de producción servicio paquete turístico 1 empresa Turiayapel S.A.S .....</b>	<b>77</b>
<b>Figura 2 análisis de los procesos de producción servicio paquete turístico 2 empresa Turiayapel S.A.S .....</b>	<b>78</b>
<b>Figura 3 análisis de los procesos de producción servicio paquete turístico 3 empresa Turiayapel S.A.S .....</b>	<b>78</b>
<b>Figura 4 análisis de los procesos de producción servicio paquete turístico 4 empresa Turiayapel S.A.S .....</b>	<b>79</b>
<b>Figura 5 estructura orgánica .....</b>	<b>86</b>
<b>Figura 6 orden jerárquico de la empresa .....</b>	<b>107</b>

## **1. INTRODUCCION**

Los servicios turísticos tal y cual como los conocemos hoy día, han tenido una serie de cambios tanto sociales como demográficos y económicos, que han generado cambios fundamentales en su prestación, y esto debido a que las motivaciones, las necesidades de las personas van cambiando y crean escenarios enmarcados a las tendencias y modas de cada sociedad. Es por esto que las formas de viajar no son las mismas, las razones de visitar y explorar van en caminadas hacia otros intereses.

Los atractivos turísticos naturales y culturales, por lo general son los más demandantes por turistas extranjeros y locales actualmente. Las personas se ven más interesadas o atraídas por conocer otras culturas y zonas con una amplia gama de biodiversidad.

Afortunadamente Colombia tiene un alto índice en la generación de turismo por sus playas, el abundante patrimonio artístico y cultural del país y la variedad de ofertas gastronómicas. A pesar de ser así aún existen regiones con municipios potenciales para ser centros turísticos que no han sido explotadas en un todo dentro del país. Un ejemplo es el Municipio de Ayapel localizado en el extremo oriental del departamento de Córdoba, quien cuenta con la mayor reserva hidrológica del departamento y en el cual reside una gran variedad de especies de flora y fauna, y brinda refugio, alimento y protección a especies migratorias de peces y aves.

Una de las razones por las cuales dentro del territorio nacional se presentan tales desconocimientos de lugares turísticos potenciales como la Ciénega de Ayapel, es por la falta de vías que comuniquen al municipio con el resto del departamento y el país, al igual que la falta de inversión. Conociendo que el municipio cuenta con varios sitios turísticos, como: la iglesia, su ciénaga, el muelle, y varios sitios de atracción donde sus turistas se

recrean y disfrutan de todo lo que estos sitios ofrecen, pero en especial de las festividades tradicionales que son habituales y atractivas (Cogollo, 2011); se propone la presente propuesta para la creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios turísticos y deportes acuáticos en la ciénaga de Ayapel en el departamento de córdoba para cubrir la carencia de servicio que se presenta.

De este modo se pretende brindar a los visitantes una experiencia enmarcada por la cercanía a las actividades propias del municipio, la realización de actividades como deportes acuáticos, y la interacción con la naturaleza en pro de fomentar el respeto por estas. Con la intención de atraer inversión y generar empleo en la región, donde primaran las habilidades o capacidades de las personas originarias del municipio con el fin de aumentar la calidad de vida de estos.

Para la ejecución de la presente propuesta se llevaran a cabo una serie de estudios como el de mercado, con el cual se pretende encontrar la oferta, la demanda y la demanda insatisfecha; no sin antes mencionar que el proyecto estará enfocado inicialmente en los habitantes del municipio, el estudio técnico quien nos permitirá conocer los recursos operativos necesarios como la inversión para prestar este servicio, de igual forma el estudio organizacional el cual permitirá que se pueda identificar las fortalezas y debilidades de la capacidad operativa, puesto que se pretende buscar la viabilidad de la empresa, por tal razón se llevara a cabo de igual forma un estudio financiero para establecer la rentabilidad y los impactos que generara la creación de la misma. En este orden de ideas se entiende que para su funcionamiento tiene que mirarse desde el aspecto social, económico y ambiental.

## **2. RESUMEN EJECUTIVO**

**Empresa:** TURIAYAPEL S.A.S.

**Ubicación:** Municipio de Ayapel - Córdoba.

**Oportunidad de negocio:** Ofrecer el servicio de turismo y deportes acuáticos en el Municipio de Ayapel en el Departamento de Córdoba.

**Competidores:** Una empresa competidoras la cual es MARINA SAN MIGUEL.

**Servicio:** Turismo y deportes acuáticos.

**Precio:** Los precios están dados dependiendo los paquetes turísticos;

()

**Presupuesto de inversión:** La inversión fija con la que cuenta el proyecto es de (98.383.555).

**Rentabilidad:** El proyecto presenta una TIR de 14%.

### **3. REFERENTE TEORICO CONCEPTUAL**

#### **MARCO TEORICO**

##### **Servicios Turísticos**

Los Servicios Turísticos son el conjunto de realizaciones, hechos y actividades, tendientes a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del turista y contribuyan al logro de facilitación, acercamiento, uso y disfrute de los bienes turísticos.

Se describen como el resultado de las funciones, acciones y actividades que, ejecutadas coordinadamente, por el sujeto receptor, permiten satisfacer al turista, hacer uso óptimo de las facilidades o industria turística y darle valor económico a los atractivos o recursos turísticos. (OEA, 1980).

Los Servicios Turísticos incluyen su producción, distribución, comercialización, venta y prestación y se refieren a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico, que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo a través de empresas intermediarias de transporte, alojamiento, organizadoras de eventos y actividades recreativas, etc. (Molina, 2016).

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos. (Quiroga, 2017).

Es el conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es

temporal, no son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo. (Padila, 2018).

La creación de empresas y la estrategia son dos de las disciplinas administrativas que mayor importancia han cobrado en las últimas décadas. El interés por ellas ha sido tanto pragmático como académico, producto de la necesidad que tienen las empresas de garantizar su permanencia en el mercado, y las economías de propiciar su adecuado desarrollo y crecimiento. La estrategia surge como soporte de las decisiones empresariales respecto del crecimiento y consolidación de las empresas, y de la creación de empresas como elemento revitalizador y generador de riqueza. (Gomez, 2004).

La industria es entonces tomada como un nicho ecológico. La visión de la competencia dentro de un nicho sugiere que las empresas que entran en un nicho se desempeñan bien hasta que nuevas entradas incrementen la competencia por los resultados. Esto podría sugerir que el desempeño de las nuevas empresas - nuevas entradas - sería mejor que el de las que ya están establecidas en el nicho. En otras palabras, las empresas que desarrollan la capacidad para identificar nuevos nichos y entrar y mantenerse en ellos obtendrán beneficios por encima de los normales. La aplicación de la ecología de las poblaciones a la relación creación de empresas - estrategia permitiría probar si el desempeño de la empresa está o no directamente relacionado con la tasa de mortalidad de las empresas. (Johnson y Van de Vee, 2002).

En este contexto, la principal elección de la empresa debería estar en función de la inversión en innovación de nuevas tecnologías contra la imitación de la tecnología de los competidores. Las rentas que los recursos de las empresas emprendedoras pudieran generar son clasificadas en ventajas de tamaño o ventajas de aprendizaje.



Aquí las grandes empresas, que son las que pueden comprometer grandes recursos para la investigación -innovación o imitación-, son las que inciden o afectan la industria. En últimas, la perspectiva evolucionista enfatiza en las acciones emprendedoras como medio para crear la adaptabilidad de la empresa, pero en términos de las grandes empresas. (Gomez, 2004).

Una empresa es “una entidad que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros, proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de recursos y la consecución de determinados objetivos. (Garcia, 2000).

## MARCO CONCEPTUAL

- **Turismo:** Puede definirse al turismo como el conjunto de las acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año. (Porto, 2008).
- **Deportes Acuáticos:** son aquellos en los que el deportista realiza una actividad física en el agua y se practican en piscinas, lagos, ríos o en el mar. (Acuáticos, 2012)
- **Kayaquismo:** “Navegación en embarcación de diseño hidrodinámico, de una o dos plazas. Se practica en aguas en movimiento, aguas quietas o en el mar. La propulsión se efectúa con una pala de doble aspa. La versión de pala sencilla se conoce como canoísmo” (Sectur, 2004).
- **Ciénaga:** Son depósitos de aguas no corrientes (ecosistemas lénticos), con algún grado de conexión con el río, del cual depende la renovación de sus aguas e

intercambio de materiales -sedimentos, solutos, coloides- y organismos -plancton, bentos, propágulos y plantas vasculares, juveniles y adultos de invertebrados y peces. Constituyen sitios de amortiguación de las crecientes, ya que almacenan agua de desborde y de lluvias durante la época de niveles máximos (potamofase) y la liberan a través de los caños durante la época de los mínimos niveles (limnofase). (Neotropicos, 2009)

- **Lancha:** Embarcación pequeña de vela y remos, o bien de vapor o de motor (en estos casos, los más habituales hoy en día, se denomina lancha de motor).

(Wikipedia, 2019)

- **Lancha Planchón:** Embarcación de pequeñas dimensiones, con motor y sin cubierta, que se usa para recreación y paseos. (EcuRed, 2012).

#### **4. ESTUDIO DE MERCADO**

##### **SERVICIO**

El servicio a prestar radica en crear escenarios suficientes para fomentar el desarrollo turístico, deportivo y recreativo de los sistemas hídricos del municipio de Ayapel y su esencia ambiental. En este sentido, la idea es aprovechar y mejorar los espacios que existen e instaurar unos nuevos sitios en los que se puedan ofrecer ciertos servicios como los paseos en motos de agua, yates e incluso avionetas sobre las aguas de la Ciénaga de Ayapel y la práctica de deportes acuáticos y náuticos como jet ski, canotaje y pesca, e incluso las caminatas ecológicas. Por lo cual, el presente proyecto estará enfocado en primera instancia en los habitantes del municipio, con la intención de conocer el impacto de este dentro de la localidad, mirar cuál es su aceptación, con que se cuenta y con que no, que tanto se puede hacer y así poder determinar en un futuro su viabilidad.

“La imponente ciénaga enmarca la belleza de su iglesia, que tiene uno de los pocos relojes de sol que se conservan en el país. Realiza anualmente las tradicionales fiestas de toros en corraleja y el Festival de la Canción y de Acordeoneros” (Colombiaturismoweb, 2015). Teniendo en cuenta que la Ciénaga de Ayapel consta con algunos lugares y eventos turísticos y tradicionales, se busca incursionar en estos para fortalecerlos y mejorarlos, con el fin de aprovechar, lo que ya existe y brindar un mejor servicio.

Los servicios turísticos de acuerdo (Cavassa, 2017) “son el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística”. En este orden de ideas, la Ciénaga de Ayapel cuenta con las características óptimas para

prestar un servicio turístico, dado que, contiene una estructura socio-económica que le permite ser atractiva para visitantes que busquen recrearse y conocer nuevas costumbres. Es posible gracias a que la Ciénega de Ayapel es la mayor reserva hidrobiológica de Córdoba con 40.000 hectáreas y que además cuenta con un hermoso entorno natural y rica fauna.

Es importante conocer de ante mano el tipo de servicio turístico que se prestara, puesto que, este se diversifica en: “**Alojamiento:** Lugar de establecimiento que provee de un espacio para pernoctar, puede ofrecer además servicios complementarios. **Atracción:** hace referencia a los Centros recreativos turísticos. Parques temáticos y aquéllas dedicadas a proporcionar, mediante precio, actividades y servicios para el esparcimiento y recreo de sus clientes, de tipo deportivo, medioambiental, cultural, recreativas o de salud y que reglamentariamente se clasifiquen como tales. **Restaurantes:** Un restaurante es un comercio en el mayor de los casos, público donde se paga por la comida y bebida, para ser consumidas en el mismo local. Hoy en día existe una gran variedad de modalidades de servicio y tipos de cocina. **Servicios Complementarios:** son los que complementan las necesidades del turista en cualquier área o zona turística como: Agencias de viajes, Los Rent car, servicio de comunicaciones, etc.” (Antonietti, 2017). En este caso el tipo de servicio a recurrir es el de Atracciones, considerando que, las actividades estarán centradas en la recreación de tipo deportivo, medioambiental y cultural.

El objetivo empresarial de la presente idea de negocio va más allá de solo mostrar el potencial turístico con que cuenta la Ciénega de Ayapel. Se pretende además dar la oportunidad al departamento de Córdoba tener más presencia en sector turístico ampliando las opciones de municipios a visitar por extranjeros no residentes. De igual forma se beneficia directamente la población de Ayapel incrementando las opciones de

empleo, en vista de que estos están dedicados netamente al cultivo del arroz en las tierras bajas y la extracción maderera en la sierra son las actividades económicas de importancia y la pesca de bagre pintado y bocachico.

## **DELIMITACIÓN ÁREA GEOGRÁFICA**

El área geográfica en la que se desea incursionar es el municipio de Ayapel Córdoba quien se ubica en la parte oriental con una extensión de 2098 Km<sup>2</sup> a una temperatura media de 28°C, dista 145 kilómetros de Montería. Entre los límites del municipio tenemos al norte al departamento de Sucre, al este a los departamentos de Bolívar, Antioquia y nuevamente Sucre, al sur el municipio de la Apartada y el departamento de Antioquia y al oeste Buena vista y Pueblo Nuevo.

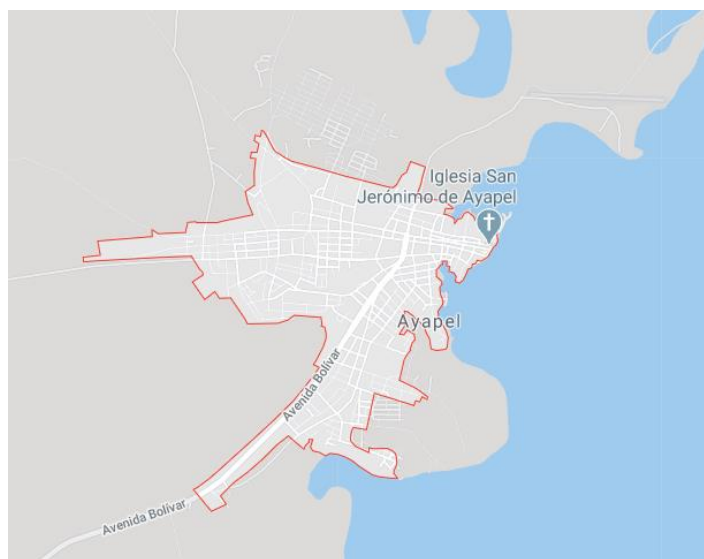
**Ilustración 1 Mapa de Ayapel y sus extensiones**



**Fuente:** elaborada por medio de (Google Map, 2020)

La población del municipio de Ayapel se remonta actualmente a 56.082 habitantes, con una proyección de 29.408 hogares, de acuerdo a la información obtenido por él (DANE, 2005\_2020), en donde, la totalidad de las vivienda de Ayapel son casas y cuenta con una sola vía de acceso (Avenida Bolívar).

**Ilustración 2: Mapa del municipio de Ayapel**



***Fuente:*** elaborada por medio de (Google Map, 2020)

Gran parte del territorio del municipio aún no se ha explotado a un 100%, la actividad económica está dirigida al cultivo del arroz en las tierras bajas, la extracción maderera en la sierra y la pesca de bagre pintado y bocachico son las actividades económicas de importancia. Al ser un municipio altamente rico en flora y fauna y constituido como la mayor reserva hidrobiológica del departamento de Córdoba, pinta bien para ser un punto geográfico en el que se le pueda apostar para impulsar el turismo por medio de la prestación servicios de atracción. De este modo, es posible percibir su valor económico, dado que, “sus recursos naturales suministran alimentos y su paisaje es atractivo para los amantes del turismo ecológico, la pesca, los deportes náuticos y la natación. Adicionalmente, la historia, las tradiciones culturales y la gastronomía pueden ser productos turísticos culturales que no

han sido explotados aún”. (Díaz, 2009). Ante dicha problemática planteada se considera que el municipio de Ayapel tiene todo para ser un excelente punto turístico.

## **ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

### **1.1.1. CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA**

Teniendo en cuenta que el presente análisis necesita de una fuente primaria para poder lograr su ejecución, se toma como dato a los usuarios de estrato 2, 3, 4 y 5 de la empresa “Energía electrificadora del caribe SA” del municipio de Ayapel hasta 12 de noviembre del 2019 que es de (9.056). De los cuales 6.892 son de estrato 2 (76%), 1.935 de estrato 3(21%), 177 de estrato 4 (1,9%) y 52 de estrato 5 (0,57%)

Una vez conocido el tamaño de la población a usar, se calcula el tamaño de la muestra

**N: 9.056**

**MUESTRA:** es necesario llevar a cabo la siguiente formula.

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

En donde:

**n=** Tamaño de la muestra (x)

**Z=** Variable de confianza (1,96)

**N=** Tamaño de la población (9.056)

**p=** Probabilidad de éxito (0,5)

**q=** Probabilidad de error (0,5)

**e**= Margen de error (0,05)

Remplazamos los datos y la formula queda:

$$n = \frac{(1,96)^2 * (9.056) * (0,5) * (0,5)}{(0,05)^2 * (9.056 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

Una vez remplazados los datos obtenemos que nuestra muestra es 368, por lo tanto, la cantidad de encuesta que se deben aplicar a los hogares son 368.



### 1.1.2. INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCION DE DATOS

Para la recolección de la información, se aplicará una encuesta a los 379 hogares por medio del siguiente formato.

#### RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

#### ENCUESTA A LOS HOGARES DE AYAPEL

**Línea de base para la recolección de información para realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios turísticos y deportes acuáticos en la ciénaga de Ayapel en el departamento de Córdoba**

**Nombres y apellidos:** \_\_\_\_\_

**Edad:** \_\_\_\_\_ **Años:** \_\_\_\_\_ **Celular:** \_\_\_\_\_

Buenos días (tardes) somos estudiantes del programa **Administración en Finanzas y Negocios Internacionales** de la **Universidad de Córdoba**. Estamos realizando una investigación de mercado de nuestra opción de grado, con el objetivo de **realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios turísticos y deportes acuáticos en la ciénaga de Ayapel en el departamento de Córdoba para cubrir la carencia que existe en el poco aprovechamiento turístico y por ende económico del municipio**. Entre mayor información nos pueda brindar, mejor será el desarrollo de dicha investigación.

**Fecha de aplicación:**

Día		Mes		Año			

**1.** ¿Cree usted que el municipio de Ayapel cuenta con las virtudes necesarias para ser un lugar visitado por turistas extranjeros y nacionales?

**a) Si** \_\_\_\_

**b) No** \_\_\_\_

**2.** ¿Está de acuerdo con que en el Municipio de Ayapel Córdoba, se necesiten servicios que incentiven y creen escenarios que potencialicen el desarrollo de actividades recreativas, deportivas y turísticas?

**a) Si** \_\_\_\_

**b) No** \_\_\_\_

**3.** ¿Le gustaría contar con una empresa de servicios que le brinde varias alternativas de diversión, esparcimiento y cambio de ambiente a través del turismo interno?

**a) Si** \_\_\_\_

**b) No** \_\_\_\_

**4.** ¿Qué tipo de actividades acostumbra usted a realizar los fines de semanas, los feriados y durante las vacaciones?

**a) viajar**

**b) practicar deportes**

**c) Excursiones**

**d) Paseos**

**e) Paseos acuáticos y aéreos (motos de agua, avionetas, lanchas Johnson)**

**5.** ¿Qué tipo de servicios le gustaría que la empresa de turismo interno ofrezca?

**a) Ecoturismo**

**b) Excursiones**

**c) Deportes acuáticos (canotaje, pesca, entre otros.)**

**d) Otros: ¿Cuál?** \_\_\_\_\_

**6.** ¿Cuál cree usted que son los servicios más usados por los turistas en el Municipio de Ayapel Córdoba?

**a) Hoteles**

**b) Restaurantes**

**c) Actividades recreativas (paseos ecológicos, pesca, canotaje, etc.)**

**7.** ¿Cree usted que la implementación de una empresa prestadora de servicios turísticos en el municipio de Ayapel genere más empleos para la población local?

**a) Si** \_\_\_\_

**b) No** \_\_\_\_

**8.** ¿Ve la posibilidad de preservar las costumbres y tradiciones de los Ayapelanos por medio del turismo?

**a) Si** \_\_\_\_

**b) No** \_\_\_\_

**9)** ¿Le gustaría que el Municipio de Ayapel fuera un destino turístico dentro del departamento de Córdoba?

**a) Si** \_\_\_\_

**b) No** \_\_\_\_

**10)** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios turísticos ofrecidos (solo quienes respondieron **SI** en la pregunta

**3)? a) \$80.000 y \$94.000**

**b) \$95.000 y \$150.000**

**c) Más de \$160.000**

**11)** ¿Ha solicitado usted algún plan de turismo como Ecoturismo, Excursiones, Turismo rural, entre otros?

**a) Si** \_\_\_\_

**b) No** \_\_\_\_

**12)** ¿Cada cuánto acostumbra a realizar actividades recreativas y culturales?

**a) Semanalmente**

**b) Quincenalmente**

**c) Mensualmente**

**d) Semestralmente**

**e) Anualmente**

**13)** ¿Cómo se entera usted usualmente de los servicios de turismo que se ofrecen?

**a) Pancartas** \_\_\_\_

**b) Volantes** \_\_\_\_

**c) Radio** \_\_\_\_

**d) Televisión** \_\_\_\_

**e) Redes Sociales**

**f) Otros ¿Cuál?** \_\_\_\_\_

### 1.1.3. ANÁLISIS DE RESULTADO

#### Pregunta 1

**Tabla 1:** pregunta 1 ¿Cree usted que el municipio de Ayapel cuenta con las virtudes necesarias para ser un lugar visitado por turistas extranjeros y nacionales?

<i>¿Cree usted que el municipio de Ayapel cuenta con las virtudes necesarias para ser un lugar visitado por turistas extranjeros y nacionales?</i>		
	Hogares	Porcentaje
Si	308	84,08%
No	60	16,30 %
Total	368	100%

*Fuente: elaboración propia*

**Grafica 1** ser un lugar turístico



*Fuente: elaboración propia*

La pregunta numero 1 nos permite conocer por medio de la encuesta realizada que tan posible es para la muestra ver al Municipio de Ayapel como un lugar turístico a visitar como San Pelayo y entre otros lugares reconocidos turísticamente en el departamento de Córdoba, para lo cual se conoció que para un 84,08% de la muestra el Municipio cuenta con lo necesario para llegar a ser un lugar turístico dentro del departamento, mientras que para un 16,30% no lo es.

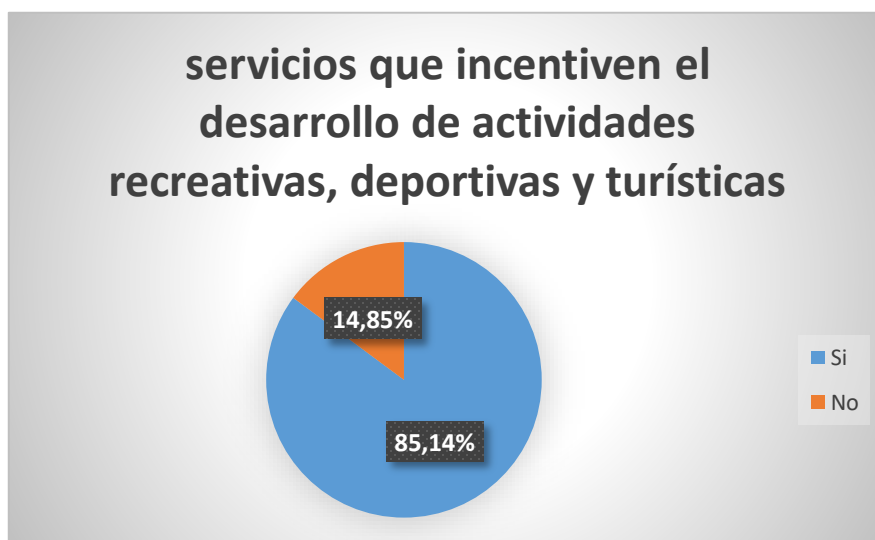
## Pregunta 2

**Tabla 2** pregunta 2 ¿Está de acuerdo con que en el Municipio de Ayapel Córdoba, se necesiten servicios que incentiven y creen escenarios que potencialicen el desarrollo de actividades recreativas, deportivas y turísticas?

¿Está de acuerdo con que en el Municipio de Ayapel Córdoba, se necesiten servicios que incentiven y creen escenarios que potencialicen el desarrollo de actividades recreativas, deportivas y turísticas?		
	Hogares	Porcentaje
Si	321	85,14%
No	56	14,85 %
Total	368	100%

*Fuente: elaboración propia*

**Grafica 2** servicios que incentiven el desarrollo de actividades recreativas, deportivas y turísticas



***Fuente:** elaboración propia*

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta 2, la muestra seleccionada está de acuerdo en un 85% que en el municipio de Ayapel se necesitan servicios que incentiven la recreación, los deportes y el turismo, mientras que un 14% piensa lo contrario.

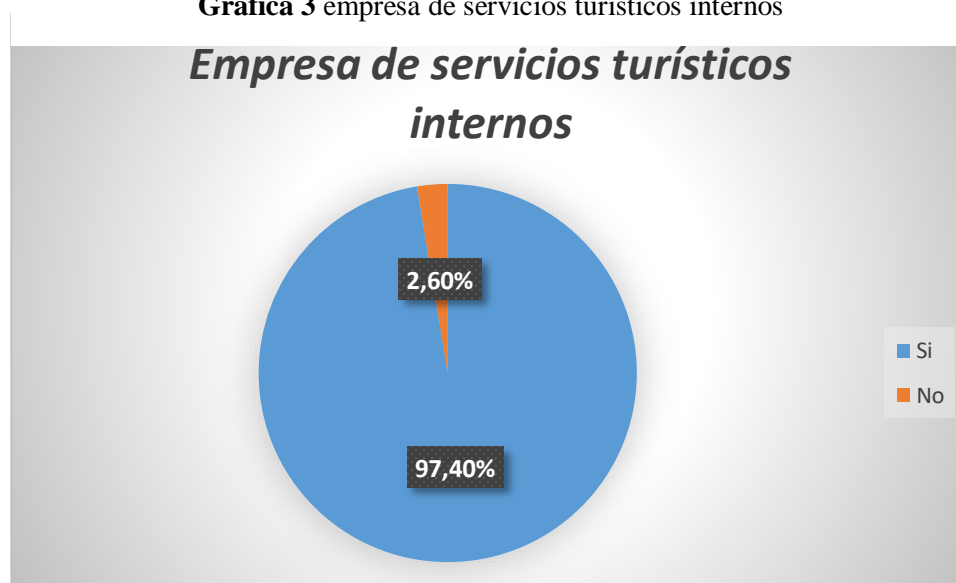
### Pregunta 3

**Tabla 3** pregunta 3 ¿Le gustaría ver una empresa de servicios que le brinde varias alternativas de diversión, esparcimiento y cambio de ambiente a través del turismo interno?

¿Está de acuerdo con que en el Municipio de Ayapel Córdoba, se necesiten servicios que incentiven y creen escenarios que potencialicen el desarrollo de actividades recreativas, deportivas y turísticas?		
	Hogares	Porcentaje
Si	358	97,4%
No	10	2,6 %
Total	368	100%

*Fuente: elaboración propia*

**Grafica 3** empresa de servicios turísticos internos



*Fuente: elaboración propia*

A partir del resultado obtenido en la pregunta número 3, es posible estipular que el grado de aceptación por parte de la muestra con respecto a crear una empresa que preste servicios turísticos y cree escenarios que lo fomenten es de un 97%, mientras que, para el resto, los que no están de acuerdo se encuentra en un 2%.

#### Pregunta 4

**Tabla 4 pregunta 4 ¿Qué tipo de actividades acostumbra usted a realizar los fines de semanas, los feriados y durante las vacaciones?**

<b>¿Qué tipo de actividades acostumbra usted a realizar los fines de semanas, los feriados y durante las vacaciones?</b>			
<b>viajar</b>	<b>Practicar deporte</b>	<b>Excursiones</b>	<b>Paseos</b>
291	16	20	50
77,18%	4,2%	5,3%	13%

*Fuente: elaboración propia*

**Grafica 4** actividades que acostumbran a realizar



*Fuente: elaboración propia*



Los resultados obtenidos en la pregunta número 4 permiten identificar las actividades que realiza la muestra durante los fines de semana y la temporada de vacaciones, para lo cual viajar a algún lugar fuera del Municipio obtuvo un 77%, practicar algún deporte 4%, ir de excursión 5% y salir de paseo un 13%. Dando así a entender que la muestra busca otros lugares para recrearse dado que en la Ciénega no hay escenarios que le ofrezcan lo que ellos necesitan para distraerse y relajarse.

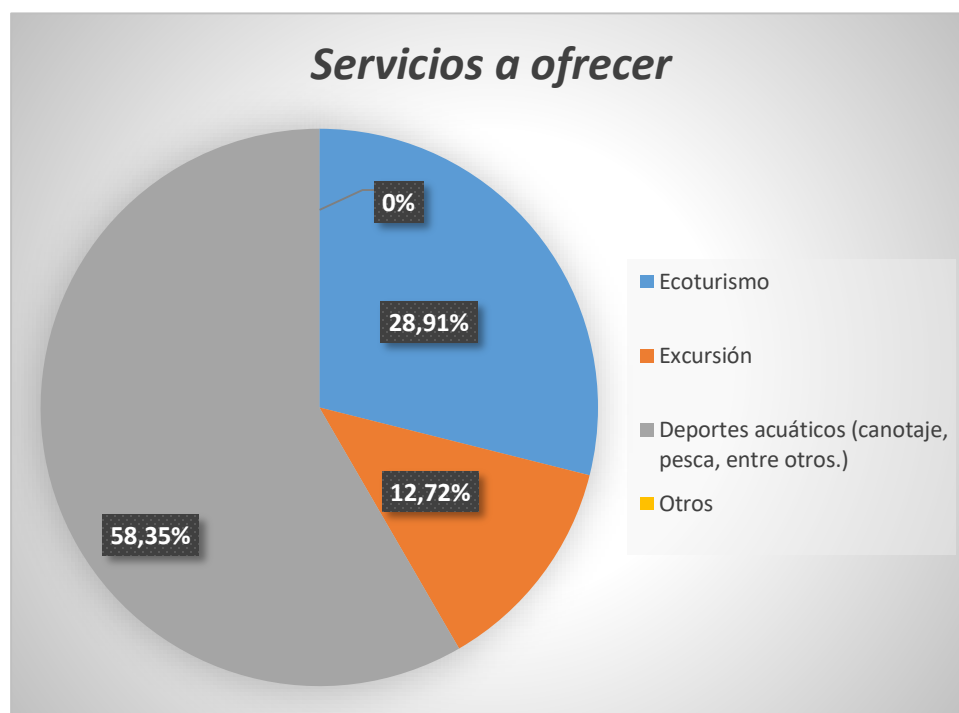
### **Pregunta 5**

**Tabla 5 pregunta 5 ¿Qué tipo de servicios le gustaría que la empresa de turismo interno ofrezca?**

<b>¿Qué tipo de servicios le gustaría que la empresa de turismo interno ofrezca?</b>			
<b>Ecoturismo</b>	<b>Excursión</b>	<b>Deportes acuáticos (canotaje, pesca, entre otros.)</b>	<b>Otros</b>
109	48	220	0
28,91%	12,72%	58,35%	0%

***Fuente:** elaboración propia*

**Grafica 5** Servicios a ofrecer



***Fuente:*** elaboración propia

A partir de los datos obtenidos conforme a la pregunta 5 de la encuesta, es posible decir que la muestra está interesada en los servicios propuestos, ecoturismo 28% de la muestra, excursión 12%, deportes acuáticos (canotaje, pesca, entre otros.) 58% y otros 0%.

Quedando favorecida los deportes acuáticos.

## Pregunta 6

**Tabla 6 pregunta 6 ¿Cuál cree usted que son los servicios más usados por los turistas en el Municipio de Ayapel Córdoba?**

¿Cuál cree usted que son los servicios más usados por los turistas en el Municipio de Ayapel Córdoba?			
Hoteles	Restaurants	Actividades recreativas (paseos ecológicos, pesca, canotaje, etc.)	Otros
17	20	340	0
4,5%	5,3%	90,1%	0%

*Fuente: elaboración propia*

**Grafica 6** Servicios más usados



*Fuente: elaboración propia*

A partir de la información obtenida por medio de los resultados establecidos en la pregunta 6 de la encuesta, la muestra se vio muy favorecida al elegir actividades recreativas (paseos ecológicos, pesca, canotaje, etc.) en un 90%, mientras que para los otros servicios como hoteles (4%) y restaurantes (5%) no.

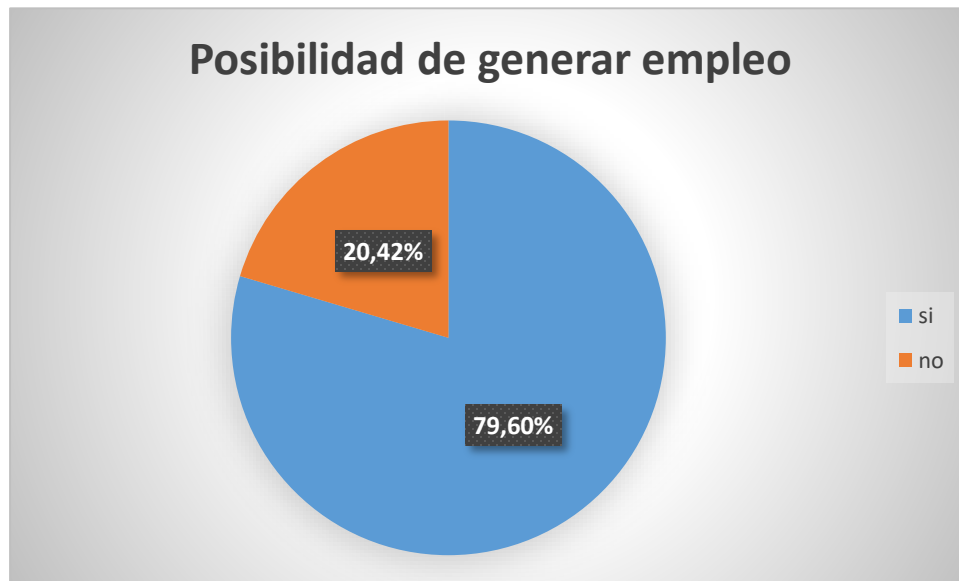
### **Pregunta 7**

**Tabla 7 pregunta 7. ¿Cree usted que la implementación de una empresa prestadora de servicios turísticos en el municipio de Ayapel genere más empleos para la población local?**

<b>¿Cree usted que la implementación de una empresa prestadora de servicios turísticos en el municipio de Ayapel genere más empleos para la población local?</b>		
	<b>Hogares</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	<b>291</b>	<b>79,6%</b>
<b>No</b>	<b>77</b>	<b>20,42 %</b>
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

***Fuente:** elaboración propia*

**Grafica 7** Servicios más usados



***Fuente:*** elaboración propia

A partir de la información obtenida en la respuesta por la encuesta y el respectivo análisis vemos que la muestra favorece a que, con una empresa prestadora de servicios, generara nuevos empleos (79% acertaron), y un 24% no lo ven de esa manera.

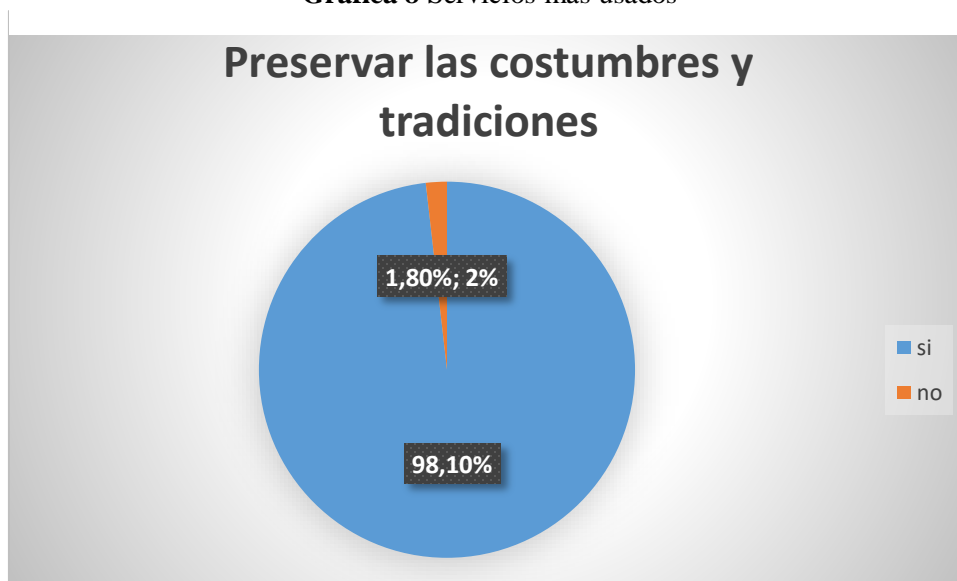
## Pregunta 8

**Tabla 8 pregunta 8 ¿Ve la posibilidad de preservar las costumbres y tradiciones de los Ayapelanos por medio del turismo?**

¿Ve la posibilidad de preservar las costumbres y tradiciones de los Ayapelanos por medio del turismo?		
	Hogares	Porcentaje
Si	351	95,49%
No	17	4,5 %
Total	368	100%

*Fuente: elaboración propia*

**Grafica 8 Servicios más usados**



*Fuente: elaboración propia*

De acuerdo a los datos obtenidos luego del análisis realizado de la pregunta 8, la muestra cree que a través de la prestación de servicios por medio del turismo se puede preservar las costumbres y tradiciones (95%).

### Pregunta 9

**Tabla 9 pregunta 9 ¿Le gustaría que el Municipio de Ayapel fuera un destino turístico dentro del departamento de Córdoba?**

¿Le gustaría que el Municipio de Ayapel fuera un destino turístico dentro del departamento de Córdoba?		
	Hogares	Porcentaje
Si	370	98,1%
No	7	1,8 %
Total	368	100%

*Fuente: elaboración propia*

**Grafica 9** servicios más usados



*Fuente: elaboración propia*

La muestra demostró en la pregunta 9, que el Municipio de Ayapel tiene características suficientes para ser un lugar turístico en el departamento de Córdoba, a lo cual corresponde un 98% de aceptación.

### Pregunta 10

**Tabla 10 pregunta 10 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios turísticos ofrecidos (solo quienes respondieron SI en la pregunta 3)?**

<b>¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios turísticos ofrecidos (solo quienes respondieron SI en la pregunta 3)?</b>		
<b>\$80.000 y \$94.000</b>	<b>\$95.000 y \$150.000</b>	<b>Más de \$160.000</b>
<b>48</b>	<b>66</b>	<b>262</b>
<b>4,5%</b>	<b>5,3%</b>	<b>90,1%</b>

*Fuente: elaboración propia*

**Grafica 10 valor a pagar por el servicio**



*Fuente: elaboración propia*



De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta 10, se observa que la gran mayoría de los encuestados, es decir el 69,52% estarían dispuestos a pagar por los servicios turísticos ofrecidos por la empresa de servicios turísticos y deportes acuáticos en la Ciénega de Ayapel un valor mayor de \$160.000.

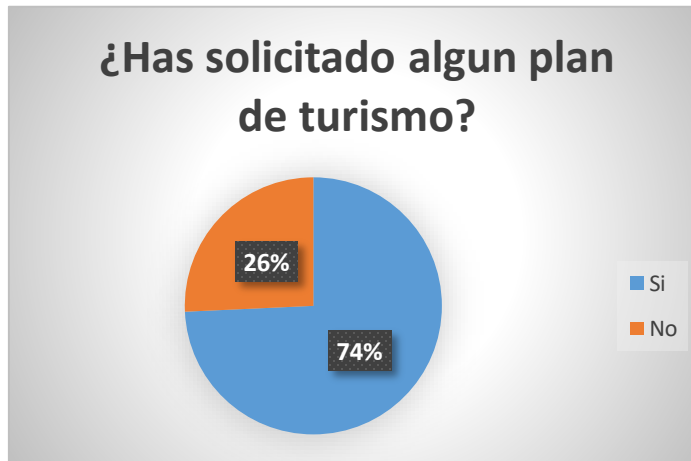
### **Pregunta 11**

**Tabla 11 ¿Ha solicitado usted algún plan de turismo como Ecoturismo, Excursiones, Turismo rural, entre otros?**

<i>¿Ha solicitado usted algún plan de turismo como Ecoturismo, Excursiones, Turismo rural, entre otros?</i>		
	Hogares	Porcentaje
<b>Si</b>	<b>271</b>	<b>74,2%</b>
<b>No</b>	<b>97</b>	<b>25,7 %</b>
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

***Fuente:** elaboración propia*

**Grafica 11** ¿Ha solicitado algún plan de turismo?



*Fuente: elaboración propia*

Al concluir con el análisis de la pregunta 11 se obtuvo que un 74% de los habitantes cabeza de hogar han solicitado algún plan de turismo, mientras que un 26% no lo ha hecho.

## **Pregunta 12**

**Tabla 12** ¿Cada cuánto acostumbra a realizar actividades recreativas y culturales?

Frecuencia	# Hogares	Porcentaje
Semanalmente	13	3,44%
Quincenalmente	10	2,65%
Mensualmente	126	33,42%
Semestralmente	211	53,58%
Anualmente	26	6,89%
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>100%</b>

*Fuente: elaboración propia*

**Grafica 12 frecuencia con la que se realizan actividades recreativas v culturales**



**Fuente:** elaboración propia

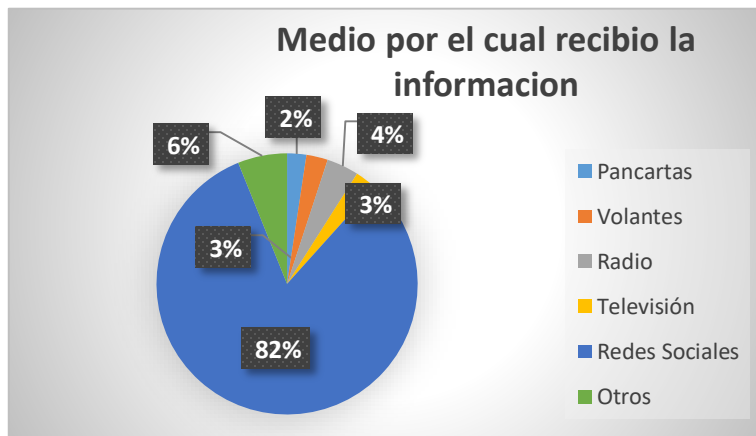
### Pregunta 13

**Tabla 13 ¿Cómo se entera usted usualmente de los servicios de turismo que se ofrecen?**

Frecuencia	# Hogares	Porcentaje
Pancartas	9	2,38%
Volantes	10	2,65%
Radio	15	3,97%
Televisión	10	2,65%
Redes Sociales	310	82,22%
Otros	23	6,10%
<b>Total</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** elaboración propia

**Grafica 13** medio por el cual recibiste la información



***Fuente:*** elaboración propia

De acuerdo a lo obtenido en el grafico 13, el 82% de los hogares encuestados se enteran usualmente de servicios turísticos ofrecidos por medio de las redes sociales, un 3% lo hace por volantes, otro 2% por pancartas y un 6% lo hace por otros, como correo electrónico, y por ultimo un 4% afirmo que lo hacía por radio.

#### 1.1.4. CÁLCULO DE LA DEMANDA ACTUAL

➤ **Cálculo de la demanda**

**Tabla 14 cálculo de la demanda actual**

<b>ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA</b>
---------------------------------

<b>Segmento Escogido</b>	<b>Personas cabeza de hogar (Municipio de Ayapel)</b>	
<b>Tamaño de la población</b>	<b>9.056</b>	<b>Hogares</b>
<b>Tamaño de la muestra tomada</b>	<b>368</b>	<b>Hogares</b>
<b>Tasa de Crecimiento Poblacional</b>	<b>1,92%</b>	<b>Anual</b>

*Fuente: elaboración propia*

Los datos establecidos y calculados anteriormente, reflejados en la tabla, son los indicadores a emplear para desarrollar el cálculo de la demanda existente en el Municipio de Ayapel Córdoba. En donde se tomó como dato inicial 9.056 hogares, de los cuales se obtuvo una muestra de 368, luego de efectuar la fórmula de tamaño de la muestra, dando a entender que a 368 cabezas de hogar se les realizara la encuesta preparada, y para finalizar, se tiene el indicador de la tasa de crecimiento poblacional del Municipio de Ayapel, el cual es de 1,92% anual, de acuerdo a lo establecido por el (population.city, 2017).

## Análisis de la demanda

N= 42.542 habitantes

n= 9.056 habitantes cabeza de hogar, de los cuales se encuestaron a 368

i= 1,92%

**Tabla 15 demanda de servicios alternos**

<i>¿Ha solicitado usted algún plan de turismo como Ecoturismo, Excursiones, Turismo rural, entre otros?</i>		
	Hogares	Porcentaje
Si	271	74,2%
No	97	25,7 %
Total	368	100%

*Fuente: elaboración propia*

$$20.456 * 74,2\% = 6.719$$

**¿Cada cuánto acostumbra a realizar actividades recreativas y culturales?**

**Tabla 16 frecuencia del servicio alternativo**

Frecuencia	# Hogares	Porcentaje
Semanalmente	13	3,44%
Quincenalmente	10	2,65%
Mensualmente	126	33,42%
Semestralmente	211	53,58%
Anualmente	26	6,89%
Total	368	100%

*Fuente: elaboración propia*

Semanalmente:  $6.719 \times 3, 44\% = 231 \times 4 = 924 \times 12 = \mathbf{11.088}$

Quincenalmente:  $6.719 \times 2, 65\% = 178 \times 2 = 356 \times 12 = \mathbf{4.272}$

Mensualmente:  $6.719 \times 33, 42\% = 2.245 \times 12 = \mathbf{26.940}$

Semestralmente:  $6.719 \times 53, 58\% = 3.600 \times 2 = \mathbf{7.200}$

Anualmente:  $6.719 \times 6, 89\% = \mathbf{462}$

**Total= 49.962**

$$D_F = D_A (1+i)^n$$

$$D_{F1} = 49.962(1+0,0192)^1 = 50.921$$

$$D_{F2} = 49.962 (1+0,0192)^2 = 51.898$$

$$D_{F3} = 49.962 (1+0,0192)^3 = 52.895$$

$$D_{F4} = 49.962 (1+0,0192)^4 = 53.911$$

$$D_{F5} = 49.962 (1+0,0192)^5 = 54.946$$

**Tabla 17 proyección de la demanda actual**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Demanda Futura</b>	49.962	51.898	52.895	53.911	54.946

***Fuente:** elaboración propia*

## Análisis de la oferta

### Consumo

A partir de lo obtenido luego de realizar la encuesta en la pregunta número 3 con respecto a los consumidores tenemos que:

**Tabla 18 consumidores**

CONSUMIDORES		
	Hogares	Porcentaje
Si	358	97,4%
No	10	2,6 %
Total	368	100%

*Fuente: elaboración propia*

Lo reflejado en la tabla da a conocer lo establecido en la pregunta número 3: **¿Le gustaría ver una empresa de servicios que le brinde varias alternativas de diversión, esparcimiento y cambio de ambiente a través del turismo interno?** lo cual da a entender que un 97,4% de la muestra establecida para llevar a cabo la encuesta, está de acuerdo con que se establezca una empresa que preste servicios turísticos internos en el Municipio de Ayapel. Con la respuesta obtenida de la muestra se procede a realizar el total de la población.



➤ **Población total consumidora:**

**Tabla 19 población total consumidores**

<b>POBLACION TOTAL CONSUMIDORES</b>	
<b>POBLACION TOTAL</b>  (Personas cabezas de hogar)	<b>PORCENTAJE DE ACEPTACION DE LA EMPRESA</b>  (Obtenido de la muestra)
<b>20.456</b>	<b>97,4%</b>
<b>9.056 * 0,974 = 8.820</b>	
<b>Total consumidores</b>	<b>8.820</b>

***Fuente:** elaboración propia*

De acuerdo al cálculo presentado en la tabla de población total, se obtuvo un interés por parte de la población con un 97,4% de aceptación, estableciendo así un resultado de 8.820 hogares a consumir. Lo cual servirá para el cálculo de la oferta futura, por medio de la formula  $Of = Oa(1 + i)^n$ , junto a la tasa de crecimiento del turismo que represento para el año 2018 un 7,6% (LA REPUBLICA, 2019). De esta manera:

$$O_F = O_A (1+i)^n$$

$$O_{F1} = 8.820 (1+0,076)^1 = 9.490$$

$$O_{F2} = 8.820 (1+0,076)^2 = 10.211$$

$$O_{F3} = 8.820 (1+0,076)^3 = 10.987$$

$$O_{F4} = 8.820 (1+0,076)^4 = 11.822$$

$$O_{F5} = 8.820 (1+0,076)^5 = 12.721$$

**Tabla 20 proyección de la oferta actual**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Oferta Futura</b>	9.490	10.211	10.987	11.822	12.721

*Fuente: elaboración propia*

**Demanda existente proyectada a 5 años.**

**Tabla 21 proyección de la demanda insatisfecha existente**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Demanda futura</b>	49.962	51.898	52.895	53.911	54.946
<b>Oferta futura</b>	9.490	10.211	10.987	11.822	12.721
<b>Demanda insatisfecha</b>	<b>40.472</b>	<b>41.687</b>	<b>41.908</b>	<b>42.089</b>	<b>42.225</b>

*Fuente: elaboración propia*

Luego de haber calculado la demanda y la oferta, es posible encontrar que la demanda insatisfecha es bastante elevada y esto debe ser causa de la poca presencia que existe de este tipo de negocios en el municipio de Ayapel, por lo cual las personas en general optan por ir a otros municipios o departamentos que ofrezcan este tipo de servicios.

## **CALCULO DE LA COMPETENCIA**

### **Análisis de los precios**

A partir de los datos adquiridos en el cálculo de la demanda actual, los cuales arrojaron datos interesantes y necesarios para el cálculo de la oferta se procede a analizar los precios, quienes ayudaran a determinar las expectativas del mercado y la realidad fijada por la competencia.

**Tabla 22 analisis de precios competencia**

<b>ANÁLISIS DE LOS PRECIOS COMPETENCIA</b>	
--	--

<b>SERVICIOS</b>	<b>PRECIOS</b>
<b>Zooparque:</b> Adultos – Niños	<b>\$25.000 - \$20.000</b>
<b>La Ciénaga de Betancí:</b> observación de paisajes, paseos en lanchas y deportes acuáticos.	<b>\$10.000 - \$20.000</b>
<b>Granja Tenampa</b>	<b>\$40.000 - \$50.000</b>
<b>Isla fuerte:</b> Traslados marítimos – Paso Nuevo, Isla Fuerte, Paso Nuevo, alojamiento y Programa completo de alimentación,	<b>\$600.000 - \$700.000</b>

*Fuente: elaboración propia*

## **Clientes**

Los clientes potenciales establecidos para la empresa de servicios turísticos y deportes acuáticos en la Ciénaga de Ayapel, son aquellos turistas que a frecuentan la zona geográfica del departamento de córdoba. Entre estos están: los nacionales y los visitantes no residentes quienes han tenido un crecimiento en el país de 4,2 millones, de los cuales, un 3,1 millones

corresponde a extranjeros no residentes (790 mil son colombianos que viven en el exterior y 380 mil a pasajeros de cruceros internacionales). Cabe decir que, de los 4,2 millones arribaron a Córdoba 1.439 viajeros extranjeros no residentes, interesados por su gran diversidad tanto cultural como tradicional.

En la actualidad los lugares más visitados en el departamento de Córdoba por los turistas nacionales y extranjeros no residentes, están siendo las playas, los volcanes de lodo, parques ecológicos, etc. en donde nuestros clientes potenciales están comprando los servicios turísticos ofrecidos en estas localidades incluyendo sus artesanías.

Por lo cual, al momento de la fijación de precios de la empresa de servicios turísticos y deportes acuáticos en la ciénaga de Ayapel se tendrán en cuenta: los costos de operación, gastos administrativos, precios del mercado regional y nacional y nivel de complejidad de cada servicio a ofrecer. Con la intención de no incurrir en una competencia desleal y establecer precios justos por el servicio prestado que vayan de acuerdo a los fijados por el mercado regional.

La pregunta 10 elaborada en nuestra encuesta es un dato favorable para poder determinar los precios de los clientes potenciales establecidos. Se obtuvo que la mayoría de los clientes (69,52%) están dispuestos a pagar un valor mayor al de \$160.000, mientras que el 17,61% pagara entre un rango de \$95.000 y \$150.000 y por ultimo un 12,85% de los clientes estarían dispuestos a pagar entre un rango de \$80.000 y \$94.000 por los servicios ofrecidos en la Ciénega.

## **Competencia**

El departamento de Córdoba cuenta con características propias, que lo hacen distintivo y llamativo para sus residentes y visitantes. Desde su clima caluroso hasta sus rumbos turísticos en zonas rurales y urbanas, se puede apreciar el patrimonio cultural e histórico que lo hace único.

Al contar con lugares ecoturísticos en sus distintos municipios, se tendrán en cuenta las empresas que operan en estas actividades para analizar los precios de la competencia, en donde se considerara la variedad de servicios que ofrece cada una.

**Tabla 23 Análisis de la competencia**

<b>ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA</b>				
<b>EMPRESAS</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>SERVICIOS</b>	<b>PRECIOS</b>	<b>VENTAJAS/COMPE TITIVAS</b>
<b>Parque ronda del Sinú</b>	Ubicado en la ciudad de Montería	Recorrido a lo largo de la orilla del río Sinú, es un buen sitio para dar un paseo mientras se recibe la brisa fresca. En este lugar los turistas se entretienen observando iguanas, micos, ardillas y osos perezosos, y se protegen del sol bajo la sombra que proyectan robles y laureles. Allí existen senderos para peatones y bicicletas. Se puede adquirir algún tipo de servicio de alimentación, artesanía, barberías, entre otros a lo largo del recorrido.	El recorrido no tiene costo, y los establecimiento s comerciales tienen diferentes precios respecto al servicio adquirido.	La experiencia de un ambiente tranquilo, rodeados por la naturaleza y las especies características del departamento, mientras se observa la cultura de la población.

<b>Zooparque los caimanes</b>	Ubicado en el municipio de Buenavista	El paquete de servicios que ofrece incluye: lago, piscina, kayak, cabalgata, bicicleta acuática, sendero ecológico, parque infantil, juegos para niños, juegos de mesa y recorrido nocturno.	El paquete completo del servicio ofrecido que va desde la entrada, recorrido en tren por 4 estaciones: Caimanes, Vivario, Avestruces y Vaquería. Se divide en dos precios: niños: \$20.000 y adultos: \$25.000.	24 años de experiencia que les dan seguridad y confiabilidad a los usuarios al momento de adquirir los servicios.
<b>Isla fuerte</b>	Es una pequeña isla ubicada frente a las costas de Córdoba, tan	Un lugar donde el servicio y la infraestructura se complementan para brindarle un descanso ideal. Ofrece: Traslados marítimos – Paso	Sus precios varían de acuerdo a las temporadas y días que decida	Brinda al visitante todo un paisaje lleno de naturaleza, en el cual, se combinan su maravillosa vegetación

	solo a 1 hora y 40 minutos de la ciudad de Montería.	Nuevo, Isla Fuerte, Paso Nuevo, alojamiento y Programa completo de alimentación, Paseos guiados al faro, la laguna encantada y el árbol que camina, playa San Diego, Paseo en kayak a la punta del inglés para observar de cerca las más espectaculares aves marinas, entre otros.	quedarse el huésped.  Tales precios rondan entre \$693.00 y \$798.000 como mínimo y máximo alrededor de \$1.722.000 y \$2.017.000	con el esplendor de los arrecifes coralinos y un mar calmado y cristalino, propicio para todas las actividades acuáticas y subacuáticas.
<b>La Ciénaga de Betancí</b>	Ubicada en la vereda Maracayo – Córdoba	Observación de paisajes, paseos en lanchas y deportes acuáticos.	Por el servicio de recorrido a la ciénaga, y el servicio de alimentación maneja precios entre los \$10.000 y \$20.000.	La Ciénaga de Betancí, es una de las agradables y distinguida maravillas naturales culturales del país para relajarse y disfrutar de la belleza natural, diversidad de peces y aves.

***Fuente:** elaboración propia*



El análisis del cálculo de la proyección de venta, se ejecutará teniendo en cuenta estimaciones estipuladas, referentes a la capacidad de atención con que se contará en la instalación, la dinámica del sector turístico a nivel regional y el porcentaje de crecimiento turístico anual en Colombia, el cual está estimado para 2019 en un 3,4%.

En las tablas 16, 17, 18, 19 y 20, se establecerán las estimaciones de los paquetes que se esperan vender mensualmente durante los primeros 5 años de operación.

**Tabla 24 proyección de venta año 1. Empresa TuriAyapel S.A.S**

Ventas en unidades año 1													
--------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

<b>Paquetes</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>	<b>Mes 7</b>	<b>Mes 8</b>	<b>Mes 9</b>	<b>Mes 10</b>	<b>Mes 11</b>	<b>Mes 12</b>	<b>Total</b>
Paquete Turístico 1	0	0	0	0	60	67	75	57	66	78	55	79	537
Paquete Turístico 2	0	0	0	0	58	66	70	53	65	56	72	77	517
Paquete Turístico 3	0	0	0	0	63	73	50	66	70	67	55	69	513
Paquete Turístico 4	0	0	0	0	74	66	58	71	68	59	68	78	542

***Fuente:** elaboración propia*

**Tabla 25 proyección de venta año 2. Empresa TuriAyapel S.A.S**

Ventas en unidades año 2

<b>Paquetes</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>	<b>Mes 7</b>	<b>Mes 8</b>	<b>Mes 9</b>	<b>Mes 10</b>	<b>Mes 11</b>	<b>Mes 12</b>	<b>Total</b>
Paquete Turístico 1	80	72	60	68	59	86	70	67	69	77	71	86	865
Paquete Turístico 2	78	66	58	70	63	75	67	52	58	66	75	77	805
Paquete Turístico 3	80	79	60	59	67	84	70	61	78	75	65	89	867
Paquete Turístico 4	87	63	57	76	64	89	68	57	79	77	66	88	871

***Fuente:** elaboración propia*

**Tabla 26 proyección de venta año 3. Empresa TuriAyapel S.A.S**

Ventas en unidades año 3
--------------------------

<b>Paquetes</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>	<b>Mes 7</b>	<b>Mes 8</b>	<b>Mes 9</b>	<b>Mes 10</b>	<b>Mes 11</b>	<b>Mes 12</b>	<b>Total</b>
Paquete Turístico 1	79	65	59	72	63	71	70	57	65	78	67	80	826
Paquete Turístico 2	77	52	59	66	55	78	71	54	64	58	61	79	774
Paquete Turístico 3	88	67	62	73	60	83	80	66	70	67	55	90	861
Paquete Turístico 4	92	83	65	70	74	86	83	66	78	69	58	91	915

***Fuente:** elaboración propia*

**Tabla 27 proyección de venta año 4. Empresa TuriAyapel S.A.S**

Ventas en unidades año 4
--------------------------

<b>Paquetes</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>	<b>Mes 7</b>	<b>Mes 8</b>	<b>Mes 9</b>	<b>Mes 10</b>	<b>Mes 11</b>	<b>Mes 12</b>	<b>Total</b>
Paquete Turístico 1	80	68	64	77	59	81	75	57	76	75	58	79	849
Paquete Turístico 2	79	65	60	70	58	77	72	54	75	69	52	78	809
Paquete Turístico 3	88	70	69	71	67	83	79	71	77	68	53	94	890
Paquete Turístico 4	95	76	70	78	74	90	80	68	78	70	66	97	942

***Fuente:** elaboración propia*

**Tabla 28 proyección de venta año 5. Empresa TuriAyapel S.A.S**

Ventas en unidades año 5
--------------------------

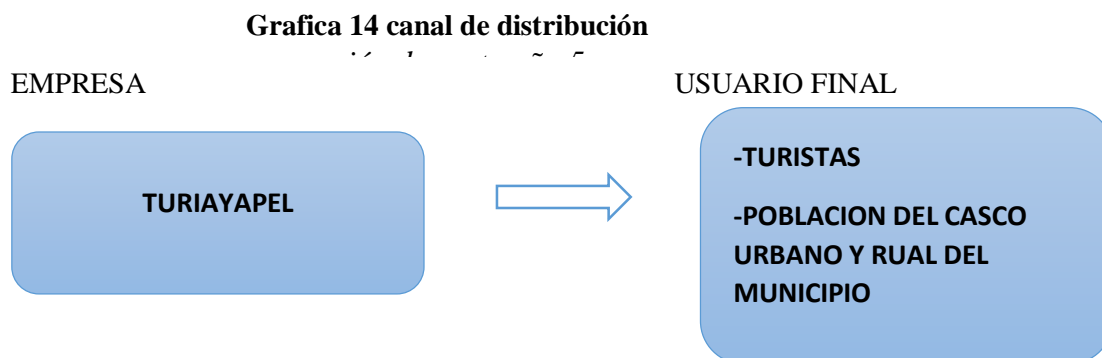
<b>Paquetes</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>	<b>Mes 7</b>	<b>Mes 8</b>	<b>Mes 9</b>	<b>Mes 10</b>	<b>Mes 11</b>	<b>Mes 12</b>	<b>Total</b>
Paquete Turístico 1	87	65	55	79	60	80	75	55	78	69	55	90	848
Paquete Turístico 2	80	60	54	68	58	79	70	53	67	64	54	87	795
Paquete Turístico 3	100	70	66	81	63	83	80	66	71	70	55	99	904
Paquete Turístico 4	115	81	77	87	74	96	88	71	78	69	68	110	1.011

***Fuente:** elaboración propia*

## CANAL DE COMERCIALIZACIÓN

Para (Armstrong, 2013), un canal de distribución "es un conjunto de organizaciones que dependen entre sí y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario industrial”

El canal por el cual serán obtenidos nuestros servicios será directo ya que la relación que otorgamos es única y directa de empresa a cliente, todos nuestros servicios solo se pueden suministrar personalmente con la empresa ya que se encuentra ubicada en el sector donde se ofrecen los servicios y no se cuenta con intermediarios.



*Fuente: Elaboración propia*

## Imagen corporativa

La imagen utilizada como representación de los servicios que se desean prestar a los usuarios del municipio y personal turístico que lo solicite está constituido principalmente por el nombre de la empresa, al estar dirigida al gremio del turismo se utilizó una gama de colores e implementos que constituyen nuestros servicios como lo es el deporte náutico, flora y fauna con la que se cuenta en nuestro municipio Ayapel Córdoba.

El eslogan fue diseñado con el fin de incentivar al cliente a la obtención del servicio, este se muestra en disposición a los consumidores además la ciénaga de Ayapel fue declarada sitio Ramsar ya que cuenta con 54,000 hectáreas sobre la depresión momposina, este es reconocido por su importancia natural en el que lo conforman ríos como el cauca y el san Jorge, lo que lo converge en un lugar clave para la reproducción de peces, la regulación de caudales, la fertilización del suelo y un excelente sitio para explotar toda la riqueza natural y ofrecer toda la variedad de servicios turísticos que conforman nuestra empresa.

**Ilustración 3** logo TURIAYAPEL S.A.S



***Fuente:*** elaboración propia

## **ESTRATEGIA DEL MERCADO**

Nuestra campaña publicitaria está encaminada a llegar a nuestros clientes por medio de los principales canales más utilizados en la actualidad, como las redes sociales en primer lugar, ya que nuestros clientes potenciales las utilizan día a día, y es un factor muy importante para vender nuestra imagen. Segundo utilizaremos volantes, aquí vamos a captar los clientes que no acogen las redes sociales y por ende vamos a tener una campaña publicitaria que sea capaz de acoger una gran parte de mercado. Y por último utilizaremos la radio ya que esta no puede faltar porque Ayapel es un municipio en cual la gente está acostumbrada a escucharla para estar informados de lo que pasa a diario, entonces es una buena forma de llegar a otros clientes.

**Redes sociales:** Aquí vamos a llegar a nuestros clientes por medio de fotos, videos, compartiendo experiencias de personas que nos hayan visitado. De esta manera vamos a incentivar y atraer más clientes a nuestra empresa.

**Volantes:** En esta segunda etapa llegaremos a cada hogar, con la intención de animarlos a que nos visiten, en este volante tendrán toda la información sobre nuestra empresa al igual que imágenes, y a su vez sea más atractivo.

**Radio:** Este será el último método que utilizaremos y que va dirigido principalmente a nuestros clientes tanto de área rural como urbana, aquí vamos a resaltar y reforzar la



información de nuestra empresa de manera directa, hablando de las características, precios promociones y demás, de esta manera atraer al público.

## **2. ESTUDIO TECNICO**

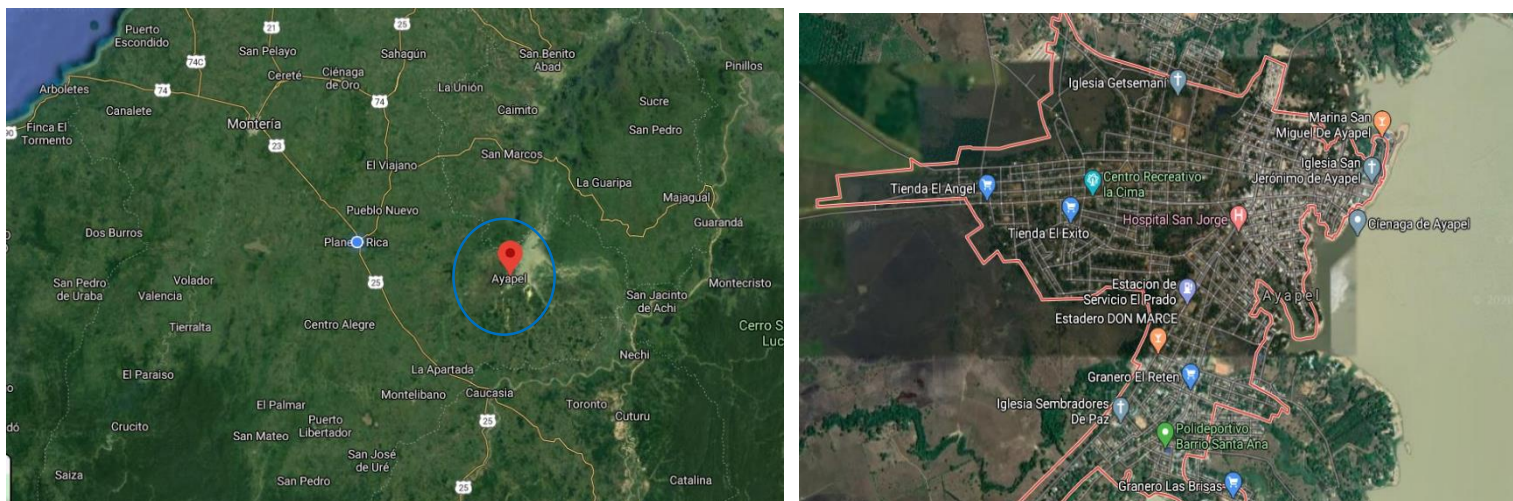
### **Localización**

#### **2.1.1. Macro localización**

La empresa de servicios turísticos y deportes acuáticos estará ubicada en el municipio de Ayapel, departamento de Córdoba. El municipio se encuentra al extremo oriental del departamento de Córdoba bañado por el río San Jorge y la ciénaga de Ayapel; se encuentra a una distancia de 145 Km de la ciudad de Montería, capital del departamento de Córdoba. Entre sus limitaciones: Limita al norte con San Marcos, San Benito Abad y Majagual; por el oriente con Guaranda y Achí; por el occidente con Buenavista y La Apartada, Pueblo Nuevo y por el sur con el departamento de Antioquia. La cabecera municipal situada en una pequeña elevación sobre el lago de su mismo nombre, tiene un clima cálido (maneja una temperatura media de 28°C), atemperado por las brisas de la Ciénaga. (Información general de Ayapel, 2015).

“Tiene una extensión territorial de 1.959,82  $Km^2$  de los cuales 15.000 Ha aproximadamente corresponden a la zona de humedales representados por la ciénaga de Ayapel. El centro urbano principal se asienta a orillas de la ciénaga a los 8° 18' 57" de latitud norte y 75° 08' 44" de longitud oeste. El suelo urbano está comprendido por un perímetro que ocupa un área de 1.566 Ha + 2.000  $m^2$ . Mientras que el suelo rural está ocupado básicamente por una extensión correspondiente a 194.214 hectáreas. (Rosario, 2016).

#### Ilustración 4 localización geográfica Ayapel – Córdoba



**Fuente:** Google Maps.

##### 2.1.2. Micro localización

La empresa de servicios turísticos y deportes acuáticos se instaurará en el perímetro urbano del municipio de Ayapel, en la zona central cerca de la ciénaga. Los posibles lugares selectos serán frente a la iglesia San Jerónimo de Ayapel, por ser la zona de mayor preferencia por los turistas y su cercanía a la ciénaga, entre estos están calle 10 kra 1, calle 14 kra 5 y calle 8 kra 3. Por lo cual, se seleccionó el **método** de micro localización cualitativa por puntos. “Este método consiste en definir los principales factores determinantes de una localización, para asignar valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia que se les atribuye. El peso relativo, sobre la base de una suma igual a uno, depende fuertemente del criterio y Experiencias del Evaluador”. (Contreras, 2018). A partir de la suma de las calificaciones ponderadas, se podrá seleccionar de acuerdo al mayor puntaje, la localización. La matriz a utilizar es la siguiente:

Tabla 29 Matriz de Micro localización

MATRIZ DE MICROLOCALIZACIÓN							
DEPORTES ACUÁTICOS							
Factores Relevantes	Peso Asignado	Calificación Escogida	Calificación Ponderada	Calificación Escogida	Calificación Ponderada	Calificación Escogida	Calificación Ponderada
		0 - 100	Calle 10 Kra 1	0 – 100	Calle 8 Kra 3	0 – 100	Calle 14 Kra 5
Facilidad de Acceso	0,20	95	19,0	85	17	70	14
Mercado Potencial	0,20	85	17,0	85	17	90	18
Cercanía a Zonas Demandantes	0,20	90	18,0	90	18	95	19
Disponibilidad de espacio para la construcción	0,20	90	18,0	60	12	70	14
Costos de servicios básicos	0,05	90	4,5	90	4,5	90	4,5
Seguridad	0,10	85	8,5	85	8,5	85	8,5
Costo del terreno	0,05	50	2,5	50	2,5	50	2,5
TOTALES	100%		87,5		79,5		80,5

*Fuente: elaboración propia*

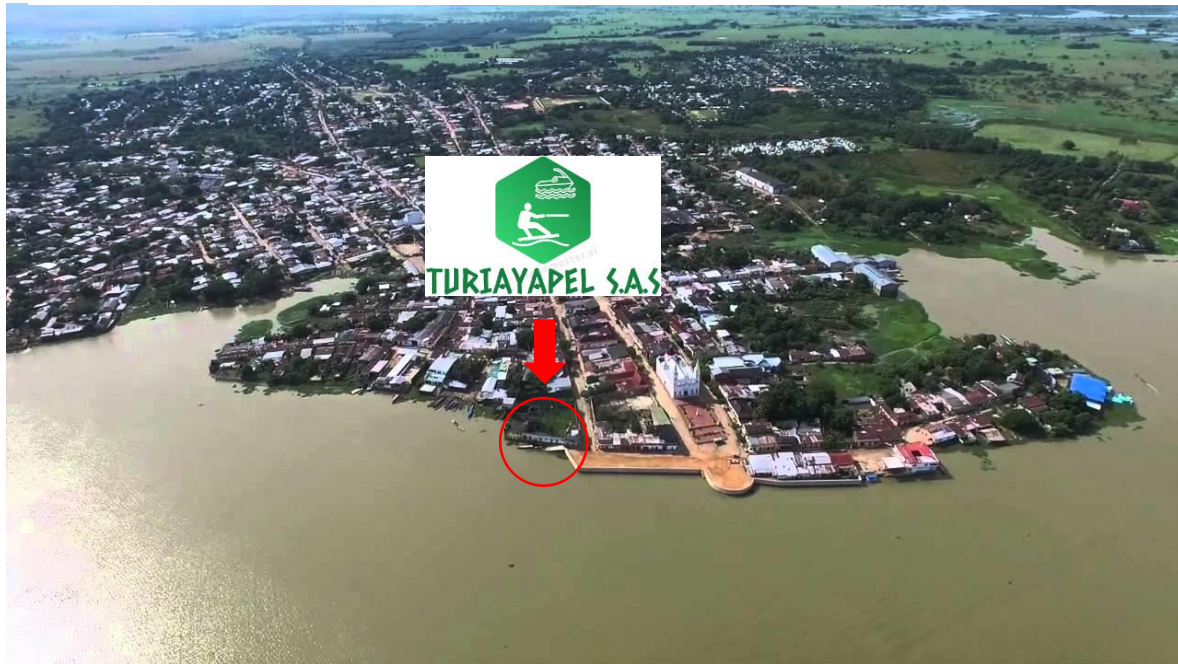
Conforme a los resultados obtenidos en la Matriz de Micro localización, se obtuvo que, la zona más apropiada para la construcción de la empresa de servicios turísticos y deportes

acuáticos será en la calle 10 kra 1, cerca de la calle San José, donde se ubica la iglesia San Jerónimo y el mirador de la ciénaga. Esta zona prevalece ante las demás puesto que, posee mayor facilidad de acceso, por estar cerca de las calles principales y toda la kra 1, asimismo por contar con un espacio lo suficientemente amplio y rodeado por la ciénaga de Ayapel para la construcción.

Entre los factores establecidos se encuentra el mercado potencial, factor significativo en la micro localización. La puntuación que se estableció fue mayor en la calle 14 kra 5 que en la calle 10 kra 1, debido a encontrarse cerca de la Avenida Bolívar, pero hay que tener en cuenta que es más fácil que la localidad que compone esta zona se desplace a la calle 10 kra 1.

A partir de la zona seleccionada y los factores establecidos que hacen parte de la micro localización, el sitio apropiado para la empresa de servicios turísticos y deportes acuáticos se muestra en la siguiente imagen:

**Ilustración 5** Zona seleccionada



*Fuente: elaboración propia*

## **Determinación del tamaño**

### **Tamaño**

Teniendo en cuenta la capacidad instalada de la empresa TuriAyapel S.A.S se espera que para el primer se pueda satisfacer un porcentaje aún no establecido del total de la demanda insatisfecha del año 1.

**Tabla 30** demanda insatisfecha

DEMANDA INSATISFECHA							
AÑO	0	1	2	3	4	5	TOTAL
RESULTADO	48.026	49.962	51.898	52.895	53.911	54.946	311.635

*Fuente: elaboración propia*

A partir de la información del cuadro se obtuvo que la demanda insatisfecha para el primer año será de 92.541.

**Tabla 31 Cantidad de servicios**

<b>Atenciones semanales</b>	<b>Atenciones mensuales</b>	<b>Atenciones anuales</b>
75 * 4 = 300	300 * 4 = 1200	1200*12= <b>14.400</b>

***Fuente:** elaboración propia*

La tabla representa la cantidad de producción que se generará para el primer año la cual será de 14.400, quien representa un 15,5% de la demanda insatisfecha.

**Tabla 32 capacidad instalada por servicio**

<b>Paquetes</b>	<b>Descripción de servicios</b>	<b>Cantidad</b>	<b>% participación</b>
Paquete de servicio 1	Observación de flora y fauna (recorrido por el municipio de Ayapel)	25	26,31%
Paquete de servicio 2	Excursiones ecológicas	25	26,31%
Paquete de servicio 3	Actividades acuáticas (pesca, motos de agua y canotaje)	30	31,57%
Paquete de servicio 4	Paseos acuáticos y aéreos (aviones, lanchas Johnson)	15	15,78%
<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** elaboración propia

Por medio de los datos obtenidos en la tabla se establece la capacidad con la que cuenta cada paquete turístico, los cuales serán usados para medir la cantidad de servicios a ofrecer por día, al igual que el porcentaje de participación.

### **Capacidad del proyecto.**

Para establecer la capacidad en general de la empresa TuriAyapel S.A.S, se tendrán en cuenta los paquetes de servicio a ofrecer ya establecidos anteriormente. De esta manera se

presentarán 4 fichas técnicas que describan los servicios, que estarán definidas de la siguiente manera:

**Tabla 33 ficha técnica de la empresa TuriAyapel S.A.S para recorrido por el municipio de Ayapel**


	
<b>Datos de la Empresa</b>	
<b>Nombre Comercial:</b>	TuriAyapel S.A.S
<b>Descripción del Negocio:</b>	Prestador de servicios turísticos
<b>Actividad Económica:</b>	Servicios turísticos y deportes acuáticos
<b>Contacto Comercial:</b>	Thiany Vergara y Luz Adiel Sierra
<b>Cargo:</b>	Asesoras Comerciales
<b>Dirección:</b>	Municipio de Ayapel - Córdoba
<b>Teléfono:</b>	000-00-00
<b>Web Site:</b>	<a href="http://www.turiayapel.com">www.turiayapel.com</a>
<b>Descripción de servicios</b>	
<p>Disfruta de la cultura tanto rural como urbana del municipio de Ayapel, por medio de caminatas guiadas por personas expertas y conocedoras de Ayapel, tendrás la oportunidad de observar la flora y la fauna que componen al municipio, de igual manera podrás relacionarte ampliamente con los pobladores y aprender de sus actividades diarias. Como acompañamiento para esta actividad podrás elegir bebidas y alimentos disponibles. Atrévete a conocer y vivir nuevas experiencias enriquecedoras.</p> <p><b>Capacidad:</b> los senderos para caminata tienen una capacidad de 20 personas por día.</p> <p><b>Duración:</b> el recorrido está perfilado para una duración de 4 horas por la extensión del mismo, incluyendo descansos programados, las observaciones de flora y fauna y la interacción con los pobladores.</p> <p><b>Beneficios:</b> de acuerdo a la (OMS, 2018) las actividades físicas tienen considerables beneficios para la salud, entre estas:</p>	



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejora el estado muscular y cardiorrespiratorio.</li> <li>• Mejora la salud ósea y funcional.</li> <li>• Reduce el riesgo de hipertensión, diabetes, etc.</li> <li>• Es fundamental para el equilibrio energético y el control de peso.</li> </ul>
<p><b>Experimenta para descubrir, sentir y Crea nuevos momentos en tú Ciénaga Ayapel...</b></p> <p>Es la apuesta que entrega la empresa TuriAyapel S.A.S, asegurando que los servicios prestados siempre estén bajo los parámetros de calidad, atención e intereses establecidos. A demás se busca crear conciencia y aportar al sostenimiento ambiental y desarrollo regional.</p>

**Fuente:** elaboración propia

**Tabla 34** ficha técnica de la empresa TuriAyapel S.A.S para excursiones ecológicas

	
<b>Datos de la Empresa</b>	
<b>Nombre Comercial:</b>	TuriAyapel S.A.S
<b>Descripción del Negocio:</b>	Prestador de servicios turísticos
<b>Actividad Económica:</b>	Servicios turísticos y deportes acuáticos
<b>Contacto Comercial:</b>	Thiany Vergara y Luz Adiela Sierra
<b>Cargo:</b>	Asesoras Comerciales
<b>Dirección:</b>	Municipio de Ayapel - Córdoba
<b>Teléfono:</b>	000-00-00
<b>Web Site:</b>	<a href="http://www.turiayapel.com">www.turiayapel.com</a>
<b>Descripción de servicios</b>	
<p>Disfruta de la zona rural del municipio de Ayapel, realizando excursiones guiadas por personas expertas y conocedoras de Ayapel, tendrás la oportunidad de interactuar desde más cerca con actividades de ganadería, pesca y agricultura propias del municipio. Aprenderás a usar una caña de pescar y una atarraya, sobre actividades de corral y los cultivos de grano y hortalizas. Como acompañamiento para esta actividad podrás elegir</p>	



bebidas y alimentos disponibles. Atrévete a conocer y vivir nuevas experiencias enriquecedoras.

**Capacidad:** los senderos para caminata tienen una capacidad de 25 personas por día.

**Duración:** el recorrido está perfilado para una duración de 5 horas

**Experimenta para descubrir, sentir y Crea nuevos momentos en tú Ciénaga Ayapel...**

Es la apuesta que entrega la empresa TuriAyapel S.A.S, asegurando que los servicios prestados siempre estén bajo los parámetros de calidad, atención e intereses establecidos. A demás se busca crear conciencia y aportar al sostenimiento ambiental y desarrollo regional.

**Fuente:** elaboración propia

**Tabla 35 ficha técnica de la empresa TuriAyapel S.A.S para actividades acuáticas**

	
<b>Datos de la Empresa</b>	
<b>Nombre Comercial:</b>	TuriAyapel S.A.S
<b>Descripción del Negocio:</b>	Prestador de servicios turísticos
<b>Actividad Económica:</b>	Servicios turísticos y deportes acuáticos
<b>Contacto Comercial:</b>	Thiany Vergara y Luz Adiel Sierra
<b>Cargo:</b>	Asesoras Comerciales
<b>Dirección:</b>	Municipio de Ayapel - Córdoba
<b>Teléfono:</b>	000-00-00
<b>Web Site:</b>	<a href="http://www.turiayapel.com">www.turiayapel.com</a>
<b>Descripción de servicios</b>	
Disfruta de la práctica de algunos deportes acuáticos en la Ciénaga del municipio de Ayapel, podrás aprender y practicar canotaje, técnicas de pesca y competencias en motos acuáticas.	

Como acompañamiento para esta actividad podrás elegir bebidas y alimentos disponibles. Atrévete a conocer y vivir nuevas experiencias enriquecedoras.

**Capacidad:** en la zona de deportes acuáticos se contarán con cuatro canoas kayak de cuatros puestos, por lo tanto, la capacidad de persona será de 16 personas, además se tendrán 3 motos de agua para una capacidad de 6 personas y una capacidad de 25 personas para la pesca.

**Duración:** la duración del uso de las motos acuáticas será de 1 hora y el canotaje depende del recorrido realizado.

**Beneficios:** los deportes acuáticos, aunque pueden parecer agotadores, aportan beneficios como relajación muscular y mejoran el estado de ánimo. A demás el ejercicio acuático potencia toda la musculatura del organismo y es posible usar más los pulmones, por lo que incrementa la capacidad cardiorrespiratoria.

**Experimenta para descubrir, sentir y Crea nuevos momentos en tú Ciénaga Ayapel...**

Es la apuesta que entrega la empresa TuriAyapel S.A.S, asegurando que los servicios prestados siempre estén bajo los parámetros de calidad, atención e intereses establecidos. A demás se busca crear conciencia y aportar al sostenimiento ambiental y desarrollo regional.

**Fuente:** elaboración propia

**Tabla 36 ficha técnica de la empresa TuriAyapel S.A.S para paseos acuáticas y aéreos**

	
<b>Datos de la Empresa</b>	
<b>Nombre Comercial:</b>	TuriAyapel S.A.S
<b>Descripción del Negocio:</b>	Prestador de servicios turísticos
<b>Actividad Económica:</b>	Servicios turísticos y deportes acuáticos
<b>Contacto Comercial:</b>	Thiany Vergara y Luz Adiels Sierra
<b>Cargo:</b>	Asesoras Comerciales

<b>Dirección:</b>	Municipio de Ayapel - Córdoba
<b>Teléfono:</b>	000-00-00
<b>Web Site:</b>	<a href="http://www.turiayapel.com">www.turiayapel.com</a>
<b>Descripción de servicios</b>	
Disfruta de una vista increíble del municipio de Ayapel, por medio de recorridos acuáticos y aéreos. Podrás navegar en planchones y darle toda la vuelta a la Ciénega y también tener un entretenido y enriquecedor paseo en avionetas. Como acompañamiento para esta actividad podrás elegir bebidas y alimentos disponibles. Atrévete a conocer y vivir nuevas experiencias enriquecedoras.	
<b>Capacidad:</b> los planchones tienen una capacidad de 15 personas y la avioneta 1 persona.	
<b>Duración:</b> el recorrido en el planchón está perfilado para una duración de 4 horas por la extensión del mismo y el recorrido en avioneta 1 hora.	
<b>Experimenta para descubrir, sentir y Crea nuevos momentos en tú Ciénaga Ayapel...</b> Es la apuesta que entrega la empresa TuriAyapel S.A.S, asegurando que los servicios prestados siempre estén bajo los parámetros de calidad, atención e intereses establecidos. A demás se busca crear conciencia y aportar al sostenimiento ambiental y desarrollo regional.	

**Fuente:** elaboración propia

## **Ingeniería del proyecto**

### **Análisis de los procesos**

El desarrollo de las actividades de producción, pueden ser transformados por medio de procesos establecidos y claramente definidos, para así, poder dar una entrada y una salida a los factores a transformar.

Por lo tanto, el análisis de los procesos a ejecutar por la empresa TuriAyapel S.A.S comprende una entrada que inicia con un proceso bajo la Coordinación Operativa y Comercial, certificando así el desarrollo de actividades como el marketing, la inversión, la operación, el establecimiento de relaciones estratégicas, manejo de proveedores y recursos humanos, obteniendo como salida un servicio satisfactorio, con altos estándares de calidad

que cumplan con los requisitos del mercado potencial y al final el cliente pueda sentirse placentero por la decisión tomada.

**Ilustración 6 análisis de los procesos de producción empresa Turiayapel S.A.S**

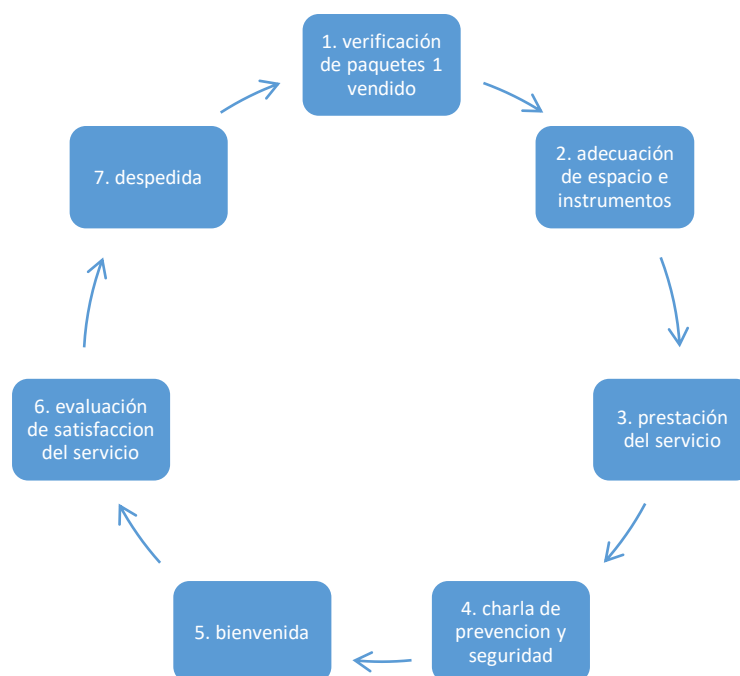


***Fuente: elaboración propia***

Del mismo modo los servicios a prestar contarán con un proceso de producción que debe ser claro y definido con todos los empleados, para tener una efectiva ejecución de los mismos. De esta manera se tendrán en cuenta los cuatro paquetes turísticos que maneja la empresa TuriAyapel S.A.S, sus procedimientos van seguido en orden numérico como se presenta a continuación:

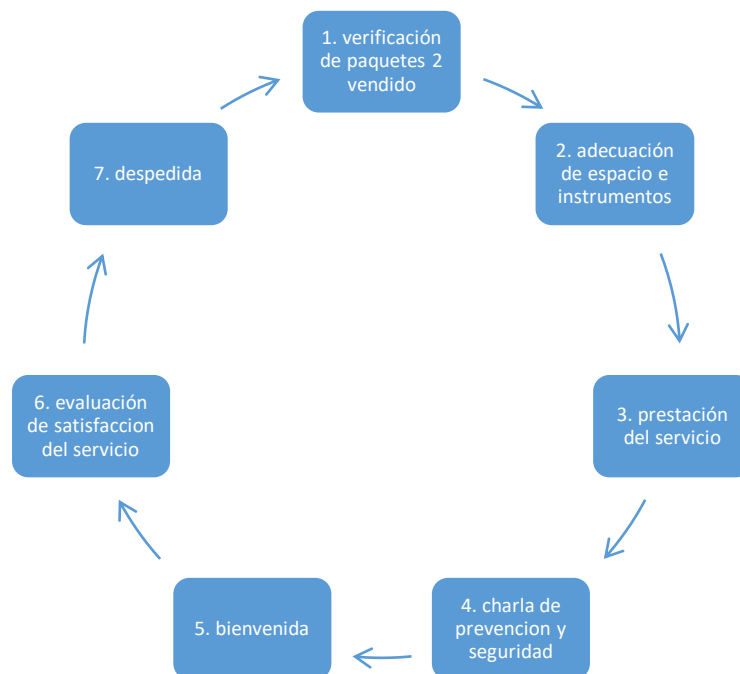
**Figura 1 análisis de los procesos de producción servicio paquete turístico 1 empresa**

**Turiayapel S.A.S**



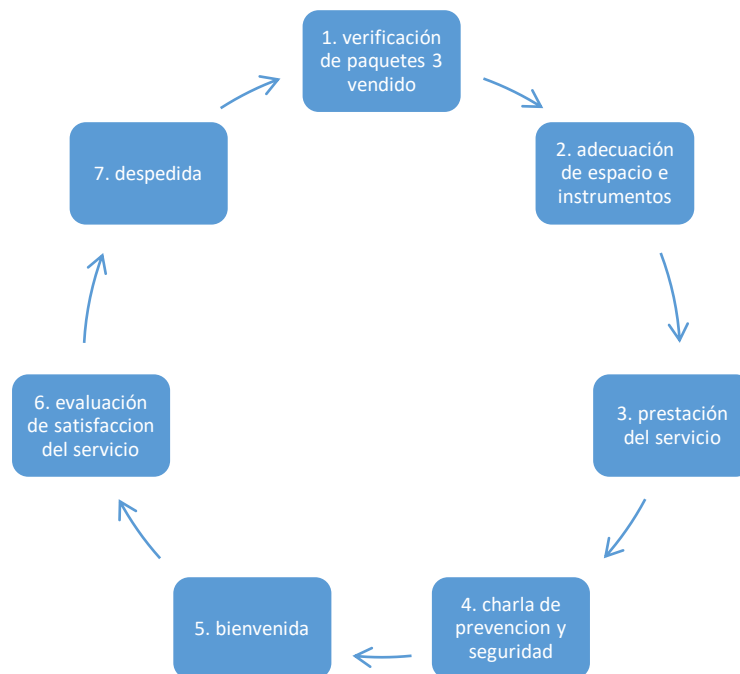
**Fuente:** elaboración propia

**Figura 2 análisis de los procesos de producción servicio paquete turístico 2 empresa Turiayapel S.A.S**



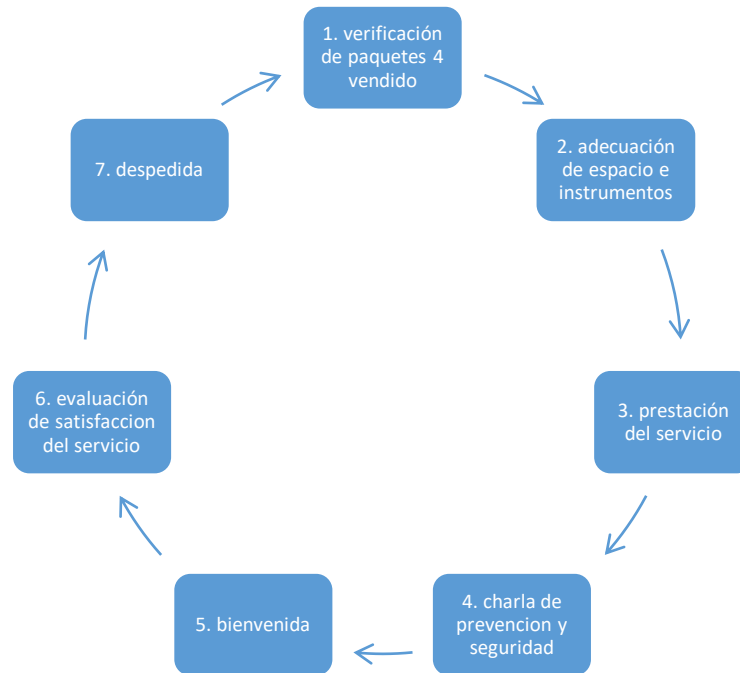
**Fuente:** elaboración propia

**Figura 3 análisis de los procesos de producción servicio paquete turístico 3 empresa Turiayapel S.A.S**



**Fuente:** elaboración propia

**Figura 4 análisis de los procesos de producción servicio paquete turístico 4 empresa Turiayapel S.A.S**



**Fuente:** elaboración propia

### **Plan de producción**

Con la elaboración de un plan de producción la empresa Turiayapel S.A.S podrá dar respuesta a las proyecciones de venta y evitar incumplimientos ante el mercado. Para tal fin, se precisarán aspectos esenciales que ejecutarán el plan de producción, con la intención de poder de tener un aseguramiento de los recursos necesarios para ejecutar cada paquete de servicios turísticos.

**Tabla 27:** plan de recursos para el servicio

RECURSOS	DISPONIBILIDAD
Senderos para recorridos en el municipio Ayapel	20 personas por día
Práctica de deportes acuáticos	4 canoas kayak -- 16 personas 3 motos de agua – 6 personas 25 personas para la pesca
Recorrido aéreo y acuático	15 personas en el planchón por 4 horas 1 persona en la avioneta por 1 hora
Actividades ecológicas	25 personas por día

**Fuente:** elaboración propia



### **3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

#### **NATURALEZA JURÍDICA**

La naturaleza jurídica de la empresa a conformar será el de una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S) conforme a la Ley 1258 de (Congreso de la Republica, 2008)

##### **A. Tipo de empresa**

La empresa TURIAYAPEL S.A.S será constituida como una Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S mediante un contrato inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio de Montería, de acuerdo a la Ley 1258 de 2008 “por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada” (Congreso de la Republica, 2008), conforme a su artículo 1 la empresa será conformada por dos personas de carácter natural, la cuales destinaran igual capital para dar inicio a realizar la actividad de esta.

##### **B. Contenido del documento de constitución**

Para la constitución de la empresa como una Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S en base a la Ley 1258 (Congreso de la Republica, 2008) en su artículo 5, decreta que esta sociedad debe ser inscrita mediante un contrato, debido a que se conformara por dos personas naturales; dicho contrato debe establecer información clave sobre algunos datos mínimos que todo negocio debe expresar frente a la Cámara de Comercio de Montería, entre estos se encuentran:

- **ORIGEN:** La empresa dará origen para aprovechar la ciénaga de este municipio y a su vez como una oportunidad de negocio, sobre los accionistas de la idea se suministrará información como nombre, documento de identidad y dirección.

- **NOMBRE:** Debe ser la razón social o una denominación de sociedad, la cual debe terminar con las siglas S.A.S. (Sociedad Anomia Simplificada), por lo anterior, el nombre completo de la empresa es TURIAYAPEL S.A.S

- **DOMICILIO:** Contará con la dirección exacta de domicilio de la empresa, con la existencia de una única sucursal en este acto de constitución, dicha ubicación será en el municipio Ayapel.

- **DURACION:** No se establecerá un tiempo definido, por lo tanto, se entenderá que es a término indefinido, que inician a contar desde el día de su inscripción.

- **OBJETO:** Describiendo la actividad principal como una empresa de servicios turísticos, genera un objeto social, conforme a la actividad económica CIIU 7912 “Actividades de Operadores Turísticos” (DIAN, 2019)

- **CAPITAL:** Para este tipo de sociedad se definirá el capital autorizado, suscrito y pagado, se autorizaron \$180.000.000, se suscribieron \$90.000.000 y se pagaron \$90.000.000, por lo tanto, el capital de inicial de la empresa será de \$90.000.000, los cuales se obtendrá de ambos socios en partes de \$45.000.000 cada uno.

- **REPRESENTACION:** La forma de administración de esta empresa se limita a los cargos necesarios para su funcionamiento, en la conformación se informarán los datos y facultades de los administradores por este medio, en donde se especifica que el gerente de la empresa asumirá la representación legal de esta.

### **C. Requisitos de inscripción**

Para constituir una empresa como Sociedad Anónima Simplificada (S.A.S) es necesario:

- Consultar la disponibilidad del nombre en el Registro Único Empresarial (RUES)
- Crear una Cuenta de Ahorros
- Inscribirse en la Cámara de Comercio de Montería
- Tramitar el RUT y el Registro Mercantil Definitivo
- Determinar la facturación y firma digital

## **DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO DE LA EMPRESA**

El direccionamiento estratégico "es un enfoque gerencial que permite a la alta dirección determinar un rumbo claro, y promover las actividades necesarias para que toda la organización trabaje en la misma dirección". Esto implica que la dirección estratégica va más allá de la simple y tradicional planeación, puesto que trata de dar elementos a los gerentes a fin de que estén preparados para enfrentar los cambios del entorno, y las situaciones complejas y no rutinarias que la actividad gerencial requiere. (Castro, 2010).

A continuación, presentamos la ruta organizacional para la empresa TURIAYAPEL S.A.S

### **MISIÓN**

Ofrecer planes de turismo y deportes acuáticos en el municipio de Ayapel; encaminados a enriquecer el conocimiento, el disfrute, contemplación y comprensión de la diversidad natural y cultural de este territorio.

Contamos con recurso humano idóneo y plataforma tecnológica suficiente, para satisfacer los requerimientos de la prestación de servicios de los clientes.

## **VISIÓN**

Ser para el año 2026 la empresa líder en turismo y deportes acuáticos en el departamento de Córdoba, con reconocimiento nacional; con prestación de servicios de alta calidad, con innovación y sobre todo comprometidos con el desarrollo sustentable del Departamento y del País.

## **VALORES CORPORATIVOS**

Los valores son elementos que actúan como parte fundamental de toda empresa, dado que son aquellas características de comportamiento de los miembros los cuales irán transmitiéndose a lo largo del tiempo unos a otros, siendo así un representativo de la empresa según el comportamiento de sus empleados por medio normas de conducta o bien sea maneras de actuar, ayudando al desarrollo personal y presentación clave de la entidad.

Los valores que tendrá la empresa son:

- Respeto
- Integridad
- Honestidad
- Responsabilidad
- Equidad

## **POLÍTICAS**

Las políticas son esenciales para que la empresa funcione correctamente ya que según (Riquelme, 2019) “las políticas empresariales son un conjunto de directrices que establecen normas, procedimientos y comportamientos que deben llevar los empleados”.

Como empresa de servicios turísticos y deportes acuáticos se tendrán políticas de calidad con respecto a la completa prestación del servicio. Como lo son:

El cumplimiento del compromiso de normativas legales que irán de manera complementaria al reglamento interno.

Suministrar información real y la correcta ejecución en la prestación del servicio, ya que, es pieza fundamental de la empresa cumplir con el servicio según lo acordado, manteniendo los requisitos requeridos y respectivo funcionamiento

Realización de las labores con respeto, profesionalismo y ética, fomentando los valores de la empresa.

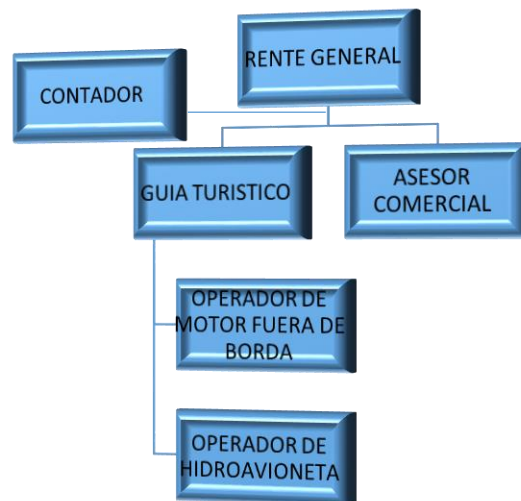
Contará con tecnología que permita un correcto funcionamiento del servicio junto con el monitoreo de este.

Atención a las solicitudes, quejas y reclamos de la manera más amena.

## ORGANIGRAMA

La siguiente es la estructura orgánica que implementara la empresa TURIAYAPEL S.A.S

**Figura 5 estructura orgánica**



*Fuente: Elaboración propia*

## MANUAL DE FUNCIONES

Tabla 37 Manual De Funciones Del Gerente

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Gerente
Dependencia:	Gerencia
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Juta de socios
Requisitos Mínimos	
Educación:	Profesional en administración de empresas y áreas a fines
Experiencia:	1 año en cargos administrativos
Objetivo Principal	
Representación legal de la empresa	
Funciones del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Representar a la empresa en asuntos de real importancia.</li><li>▪ Diseñar estrategias para cumplir los objetivos propuestos.</li><li>▪ Ser el encargado del reclutamiento y despido de personal.</li><li>▪ Medir por medio de evaluaciones las tareas encomendadas a sus subordinados.</li></ul>	
<i>Fuente: Elaboración propia</i>	

**Tabla 38 Manual De Funciones Del Contador**

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
Nombre del Cargo:	Contador
Dependencia:	Gerencia
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente General
<b>Requisitos Mínimos</b>	
Educación:	Profesional y/o técnico en contaduría
Experiencia:	2 años de experiencia como mínimo en cargos similares
<b>Objetivo Principal</b>	
Colaborar, analizar y proponer los métodos y procedimientos para realizar los registros contables, tributarios y financieros de la empresa.	
<b>Funciones del Cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Establecer y operar el sistema de contabilidad del programa contable, la cual está diseñado para que facilite su operación de fiscalización de los activos, pasivos, ingresos, costos, gastos, avance en la ejecución de programas y en general de manera que permitan medir la eficacia y eficiencia del gasto de la empresa.</li> <li>▪ Elaborar, analizar y consolidar los Estados Financieros de la compañía.</li> <li>▪ Realizar y llenar los formularios de los impuestos de IVA, ICA y Retención de la Fuente, en los periodos establecidos.</li> </ul>	

***Fuente:** Elaboración propia*



**Tabla 39 Manual De Funciones Del Asesor Comercial**

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
Nombre del Cargo:	Asesor Comercial
Dependencia:	Gerencia
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente General
<b>Requisitos Mínimos</b>	
Educación:	Universitario (administración de empresas, mercadeo y publicidad) y/o técnico (Mercadeo, ventas, etc.)
Experiencia:	Mínimo 1 año de experiencia en ventas
<b>Objetivo Principal</b>	
Asesorar al cliente para que haga una compra que cubra sus expectativas e incentivar la venta día a día y buscar objetivos cada vez más retadores para lograr las metas de cada mes.	
<b>Funciones del Cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conocer acertadamente los servicios de la organización.</li> <li>▪ Asesorar de manera real y objetiva a los clientes y sus necesidades.</li> <li>▪ Administrar coherentemente su agenda de trabajo.</li> <li>▪ Mantener una búsqueda constante de nuevos clientes y mercados.</li> <li>▪ Realizar investigaciones constantes acerca del mercado y sus precios.</li> <li>▪ Responsabilizarse del recaudo de cartera de los clientes</li> <li>▪ Ofrecer un excelente servicio post venta.</li> <li>▪ Diligenciar y reportar al Gerente de las oportunidades de mejoramiento expresadas por el cliente.</li> <li>▪ Cumplir con las metas establecidas para el presupuesto.</li> <li>▪ Confirmar con el cliente, el servicio prestado y resolver cualquier inquietud que pueda tener.</li> </ul>	

***Fuente: Elaboración propia***

**Tabla 40 Manual De Funciones Del Guía Turístico**

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
Nombre del Cargo:	Guía turístico
Dependencia:	Gerencia
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente General
<b>Requisitos Mínimos</b>	
Educación:	Técnico en actividades de guía turístico o cursos a fines
Experiencia:	1 año y conocimiento del lugar de destino
<b>Objetivo Principal</b>	
Garantizar la satisfacción del cliente en el servicio brindado.	
<b>Funciones del Cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Recibir e informar a los turistas.</li> <li>▪ Guiar a los turistas.</li> <li>▪ Desarrollar actividades programadas.</li> <li>▪ Desarrollar charlas de sensibilización</li> </ul>	

***Fuente:** Elaboración propia*

**Tabla 41 Manual De Funciones Del Operador de Motor Fuera de Borda**

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
Nombre del Cargo:	Operador de motor fuera de borda
Dependencia:	Gerente
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente General
<b>Requisitos Mínimos</b>	
Educación:	Titulación como monitor especialista en operación de motor fuera de borda
Experiencia:	1 año
<b>Objetivo Principal</b>	
Conocer y dominar la actividad, garantizando la seguridad y satisfacción del cliente.	
<b>Funciones del Cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Impartir las instrucciones y recomendaciones acerca de la actividad.</li><li>▪ Responsabilizarse del cumplimiento y uso del equipo de seguridad, por parte de los clientes.</li></ul>	

***Fuente: Elaboración propia***

**Tabla 42 Manual De Funciones Del Operador de Hidroavioneta**

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
Nombre del Cargo:	Operador de hidroavioneta
Dependencia:	Gerente
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente General
<b>Requisitos Mínimos</b>	
Educación:	Titulación como piloto de aviación
Experiencia:	1 año
<b>Objetivo Principal</b>	
Conocer y dominar la actividad, garantizando la seguridad y satisfacción del cliente.	
<b>Funciones del Cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Impartir las instrucciones y recomendaciones de la tripulación a bordo.</li><li>▪ Coordinar los procedimientos de despegue y aterrizaje de la tripulación.</li><li>▪ Responsabilizarse del cumplimiento y uso del equipo de seguridad, por parte de la tripulación.</li></ul>	

***Fuente: Elaboración propia***

# **REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO EMPRESA TURIAYAPEL SAS**

## **CAPITULO 1**

### **SOMETIMIENTO**

**Artículo 1.** El presente es el Reglamento Interno de Trabajo prescrito por la empresa TURIAYAPEL S.A.S domiciliada en el municipio de Ayapel y a sus disposiciones quedan sometidas tanto la Empresa como todos sus trabajadores. Este Reglamento hace parte de los contratos individuales de trabajo, celebrados o que se celebren con todos los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario que sin embargo solo pueden ser favorables al trabajador.

## **CAPITULO II**

### **CONDICIONES Y ADMISIÓN**

**Artículo 2.** Quién aspire a tener un puesto en la empresa, debe hacer la solicitud por escrito para registrarlo como aspirante y acompañar los siguientes documentos:

- a) Certificados del último patrono con quien haya trabajado en que conste el tiempo de servicios, la índole de la labor ejecutada y el salario devengado.
- b) Certificado de dos personas honorables sobre su conducta y capacidad y en su caso, del plantel de educación donde hubiere estudiado.
- c) Libreta de servicio militar, cédula de ciudadanía o tarjeta de identidad según el caso.

## **CAPITULO III**

### **PERIODO DE PRUEBA**

**Artículo 3.** La empresa una vez admitido el aspirante podrá estipular con él, un periodo inicial de prueba que tendrá por objeto apreciar por parte de la empresa, las aptitudes del trabajador y por parte de éste, las conveniencias de las condiciones de trabajo.

**Artículo 4.** El periodo de prueba debe ser estipulado por escrito y en caso contrario los servicios se entienden regulados por las normas generales del contrato de trabajo.

**Artículo 5.** El periodo de prueba no puede exceder de dos (2) meses.

**Artículo 6.** En los contratos de trabajo a término fijo, cuya duración sea inferior a un (1) año el periodo de prueba no podrá ser superior a la quinta parte del término inicialmente pactado para el respectivo contrato, sin que pueda exceder de dos meses.

Cuando entre un mismo empleador y trabajador se celebren contratos de trabajo sucesivos, no es válida la estipulación del período de prueba, salvo para el primer contrato.

**Artículo 7.** El periodo de prueba puede darse por terminado unilateralmente en cualquier momento y sin previo aviso, pero si expirado el periodo de prueba y el trabajador continuarse al servicio del patrono, con consentimiento expreso o tácito, por ese solo hecho, los servicios prestados por aquel a éste, se considerarán regulados por las normas del contrato de trabajo desde la iniciación de dicho periodo de prueba. Los trabajadores en periodo de prueba gozan de todas las prestaciones.

## **CAPITULO IV**

### **HORARIO DE TRABAJO**

**Artículo 8.** Las horas de entrada y salida de los trabajadores, son las que a continuación se expresan así:

El personal administrativo, de marketing, en jornada continua de lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm con un descanso de 2 horas para almorzar.

El personal operativo, en jornada de jueves a domingo, incluido festivos de 8:00 am a 6:00pm con una hora de descanso para almorzar. El descanso para almorzar se realizará por turnos los cuales serán establecidos por el Gerente. Además, tendrán jornada los días miércoles de 2:00 am a 5:00 pm

## **CAPITULO V**

### **LAS HORAS EXTRAS Y TRABAJO NOCTURNO**

**Artículo 9.** Trabajo diurno es el comprendido entre las 06:00 a.m. y las 10:00 p.m. Trabajo nocturno es el comprendido entre las 10:00 p.m. y las 6:00 a.m. (art. 160 C.S.T. modificado por la Ley 789 de 2002, art. 25).

**Artículo 10.** Trabajo suplementario o de horas extras es el que se excede de la jornada ordinaria y en todo caso el que excede la máxima legal.

Artículo 11. El trabajo suplementario o de horas extras, a excepción de los casos señalados en el artículo 163 del C.S.T., sólo podrá efectuarse en dos (2) horas diarias y mediante autorización expresa del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social o de una autoridad delegada por éste: siempre que la empresa en vista de esta autorización, considere efectuarlo en caso necesario.

**Artículo 12. Tasas y liquidación de recargos.**

1. El trabajo nocturno, por el solo hecho de ser nocturno se remunera con un recargo del treinta y cinco por ciento (35%) sobre el valor del trabajo diurno, con excepción del caso de la jornada de treinta y seis (36) horas semanales prevista en el artículo 20 literal c) de la Ley 50 de 1990.

2. El trabajo extra diurno se remunera con un recargo del veinticinco por ciento (25%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.

3. El trabajo extra nocturno se remunera con un recargo del setenta y cinco por ciento (75%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.

4. Cada uno de los recargos antedichos se produce de manera exclusiva, es decir, sin acumularlo con alguno otro.

**Artículo 13.** El pago del trabajo suplementario o de horas extras y de recargo por trabajo nocturno, en su caso, se efectuará junto con el salario del período siguiente.

**Parágrafo.** La empresa podrá implantar turnos especiales de trabajo nocturno, de acuerdo con lo previsto por el Decreto 2352 de 1965.



**Artículo 14.** La empresa no reconocerá trabajo suplementario o de horas extras sino cuando expresamente lo autorice a sus trabajadores de acuerdo con lo establecido para tal efecto en el artículo 22 de este Reglamento.

**Parágrafo.** En ningún caso las horas extras de trabajo, diurnas o nocturnas, podrán exceder de dos (2) horas diarias y doce (12) semanales.

Cuando la jornada de trabajo se amplíe por acuerdo entre empleadores y trabajadores a diez horas (10) diarias, no se podrá en el mismo día laborar horas extras.

## **CAPITULO VI**

### **DÍAS DE DESCANSO LEGALMENTE OBLIGATORIOS**

**Artículo 15.** Serán de descanso obligatorio remunerado, los domingos y días de fiesta que sean reconocidos como tales en nuestra legislación laboral.

del descanso dominical en proporción al tiempo laborado.

**Artículo 16.** El descanso en los días domingos y los demás días expresados en el artículo 15 de este reglamento tiene una duración mínima de 24 horas.

## **CAPITULO VII**

### **VACACIONES REMUNERADAS**

**Artículo 18.** Los trabajadores que hubieren prestado sus servicios durante un (1) año tienen derecho a quince (15) días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas.

**Artículo 19.** La época de vacaciones debe ser señalada por la empresa a más tardar dentro del año siguiente y ellas deben ser concedidas oficiosamente o a petición del trabajador, sin perjudicar el servicio y la efectividad del descanso. El patrono tiene que dar a conocer al trabajador con Quince (15) días de anticipación la fecha en que le concederán las vacaciones.

**Artículo 20.** Si se presenta interrupción justificada en el disfrute de las vacaciones, el trabajador no pierde el derecho a reanudarlas. (artículo 188, C.S.T.).

**Artículo 21.** Durante el período de vacaciones el trabajador recibirá el salario ordinario que esté devengando el día que comience a disfrutar de ellas. En consecuencia, sólo se excluirán para la liquidación de las vacaciones el valor del trabajo en días de descanso obligatorio y el valor del trabajo suplementario o de horas extras. Cuando el salario sea variable, las vacaciones se liquidarán con el promedio de lo devengado por el trabajador en el año inmediatamente anterior a la fecha en que se conceden.

**Artículo 22.** Se prohíbe compensar las vacaciones en dinero. El Ministerio de Protección Social puede autorizar que se pague en dinero hasta la mitad de ella en caso especiales de perjuicio para la economía nacional o la industria; cuando el contrato termina sin que el trabajador hubiere disfrutado de vacaciones, la compensación de éstas en dinero procederá por un año cumplido de servicios y proporcionalmente por fracciones de año, siempre que ésta no sea inferior a seis (6) meses. En todo caso para la compensación de vacaciones, se tendrá como base el último salario devengado por el trabajador (artículo 189, C.S.T.)

**Artículo 23.** Todo empleador llevará un registro de vacaciones en el que se anotará la fecha de ingreso de cada trabajador, fecha en que toma sus vacaciones, en que las termina y la remuneración de las mismas.

**Parágrafo.** En los contratos a término fijo inferior a un (1) año, los trabajadores tendrán derecho al pago de vacaciones en proporción al tiempo laborado cualquiera que este sea.

## **CAPITULO VIII**

### **PERMISOS**

**Artículo 24.** La empresa concederá a sus trabajadores los permisos necesarios para el ejercicio del derecho al sufragio y para el desempeño de cargos oficiales transitorios de forzosa aceptación, en caso de grave calamidad doméstica debidamente comprobada, para concurrir en su caso al servicio médico correspondiente, para desempeñar comisiones sindicales inherentes a la organización y para asistir al entierro de sus compañeros, siempre que avisen con la debida oportunidad a la empresa y a sus representantes y que en los dos últimos casos, el número de los que se ausenten no sea tal, que perjudiquen el funcionamiento del establecimiento. La concesión de los permisos antes dichos estará sujeta a las siguientes condiciones.

- En caso de grave calamidad doméstica, la oportunidad del aviso puede ser anterior o posterior al hecho que lo constituye o al tiempo de ocurrir éste, según lo permitan las circunstancias.

- En caso de entierro de compañeros de trabajo, el aviso puede ser hasta con un día de anticipación y el permiso se concederá hasta el 10% de los trabajadores.

- En los demás casos (sufragio, desempeño de cargos transitorios de forzosa aceptación y concurrencia al servicio médico correspondiente) el aviso se dará con la anticipación que las circunstancias lo permitan. Salvo convención en contrario y a excepción del caso de concurrencia al servicio médico correspondiente. el tiempo empleado en estos permisos puede descontarse al trabajador o compensarse con tiempo igual de trabajo efectivo en horas distintas a su jornada ordinaria, a opción de la empresa. (numeral 6 art. 57 C.S.T.)

## **CAPITULO IX**

### **SALARIO MÍNIMO, CONVENCIONAL, LUGAR DÍAS HORAS DE PAGO Y PERIODOS QUE LO REGULAN**

**Artículo 25.** Formas y libertad de estipulación.

1. El empleador y el trabajador pueden convenir libremente el salario en sus diversas modalidades como por unidad de tiempo, por obra, o a destajo y por tarea, etc., pero siempre respetando el salario mínimo legal o el fijado en los pactos, convenciones colectivas y faltos arbitrales.

2. No obstante lo dispuesto en los artículos 13, 14, 16, 21 y 340 del Código Sustantivo del Trabajo y las normas concordantes con éstas, cuando el trabajador devengue un salario ordinario superior a diez (10) salarios mínimos legales mensuales, valdrá la estipulación escrita de un salario que además de retribuir el trabajo ordinario, compense de antemano el valor de prestaciones, recargos y beneficios tales como el correspondiente al trabajo nocturno, extraordinario o al dominical y festivo, el de primas legales, extralegales,

las cesantías y sus intereses, subsidios y suministros en especie: y, en general, las que se incluyan en dicha estipulación, excepto las vacaciones.

En ningún caso el salario integral podrá ser inferior al monto de diez (10) salarios mínimos legales mensuales, más el factor prestacional correspondiente a empresa que no podrá ser inferior al treinta por ciento (30%) de dicha cuantía. El monto del factor prestacional quedará exento del pago de retención en la fuente y de impuestos.

3. Este salario no estará exento de las cotizaciones a seguridad social, ni de los aportes al SENA, ICBF, y Cajas de Compensación Familiar, pero en el caso de estas tres últimas entidades, los aportes se disminuirán en un treinta por ciento (30%).

4. El trabajador que desee acogerse a esta estipulación, recibirá la liquidación definitiva de su auxilio de cesantía y demás prestaciones sociales causadas hasta esa fecha, sin que por ello se entienda terminado su contrato de trabajo.

**Artículo 26.** Se denomina jornal el salario estipulado por días y, el estipulado con períodos mayores. (Art. 133.C.S.T.).

**Artículo 27.** Salvo convenio por escrito, el pago de los salarios se efectuará en el lugar en donde el trabajador presta sus servicios durante el trabajo, o inmediatamente después del cese. (Art. 138, numeral primero, C. S. T.).

**Artículo 28.** El salario se pagará al trabajador directamente o a la persona que él autorice por escrito así:

1. El salario en dinero debe pagarse por períodos iguales y vencidos, El periodo de pago para los jornales no puede ser mayor de una semana, y para sueldos no mayor de un mes.

2. El pago del trabajo suplementario o de horas extras y el recargo por trabajo nocturno debe efectuarse- se juntó con el salario ordinario del periodo en que se han causado o a más tardar con el salario del periodo siguiente. (Art. 134, C.S.T.)

**Artículo 29.** Los trabajadores en misión tendrán derecho a un salario equivalente al de los trabajadores de la empresa usuaria que desempeñen la misma actividad, aplicando para el efecto las escalas de antigüedad vigentes en la empresa. Igualmente, tendrán derecho a gozar de los beneficios que el usuario tenga establecidos para sus trabajadores en el lugar de trabajo, en materia de transporte, alimentación y recreación,

**Parágrafo Transitorio.-** Los contratos de los trabajadores en misión vinculados a las empresas de servicios temporales con anterioridad a la vigencia de la Ley 50 de 1990. Serán reajustados en un plazo de doce (12) meses de conformidad con lo expresado en este artículo.

## **CAPITULO X**

### **SERVICIO MÉDICO, MEDIDAS DE SEGURIDAD, RIESGOS PROFESIONALES, PRIMEROS AUXILIOS EN CASO DE ACCIDENTES DE TRABAJO, NORMAS SOBRE LABORES EN ORDEN A LA MAYOR HIGIENE, REGULARIDAD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO**

**Artículo 30.** Los servicios médicos que requieran los trabajadores se prestarán por el Instituto de Seguros Sociales en donde aquellos se hallen inscritos.

**Artículo 31.** Todo trabajador dentro del mismo día en que se sienta enfermo deberá comunicarlo al administrador de la empresa, quien hará lo conducente para que sea examinado por el médico correspondiente a fin de que certifique si puede continuar o no en el trabajo y en su caso determine la incapacidad y el tratamiento a que el trabajador debe someterse, Si éste no diere aviso dentro del término indicado o no se sometiere al examen médico que se haya ordenado, su inasistencia al trabajo tendrá como injustificada para los efectos a que haya lugar, a menos que demuestre que estuvo en absoluta imposibilidad para dar el aviso y someterse al examen en la oportunidad debida.

**Artículo 32.** Los trabajadores deben someterse a las instrucciones y tratamiento que ordena el médico que los haya examinado, así como a los exámenes y tratamientos preventivos que para todos o algunos de ellos ordenan la empresa en determinados casos. El trabajador que sin justa causa se negare a someterse a los exámenes, instrucciones o tratamientos antes indicados, perderá el derecho a la prestación en dinero por la incapacidad que sobrevenga a consecuencia de esa negativa.

**Artículo 33.** El trabajador que se encuentre afectado de enfermedad que no tenga carácter de profesional y para la sanidad del personal, por ser contagiosa o crónica, será aislado provisionalmente hasta que el médico certifique si puede reanudar tareas o si debe ser retirado definitivamente.

**Artículo 34.** Los trabajadores deberán someterse a todas las medidas de higiene y seguridad que prescriban las autoridades del ramo en general y particular a las que ordene la empresa para prevención de las enfermedades y de los riesgos en el manejo de las máquinas y demás elementos de trabajo especialmente para evitarlos accidentes de trabajo.

**Artículo 35.** En caso de accidente de trabajo, el Jefe de la respectiva dependencia, o su representante, ordenará inmediatamente la prestación de los primeros auxilios, la llamada al médico si lo tuviere, o uno particular si fuere necesario, tomará todas las demás medidas que se impongan y que se consideren necesarias para reducir al mínimo, las consecuencias del accidente.

**Artículo 36.** En caso de accidente no mortal, aún el más leve o de apariencia insignificante el trabajador o comunicará inmediatamente al Jefe del Departamento respectivo o al Administrador de la empresa o empleador que haga sus veces, para que estos procuren los primeros auxilios, prevean la asistencia médica y tratamiento oportuno y de cumplimiento a lo previsto en el artículo 220 del Código Sustantivo del Trabajo. El médico continuará el tratamiento respectivo e indicará las consecuencias del accidente y la fecha en que cese la incapacidad.

**Artículo 37.** La empresa no responderá por ningún accidente de trabajo que haya sido provocado deliberadamente o por culpa grave de la víctima, pues solo estará obligada



a prestar los primeros auxilios. Tampoco responderá de la agravación que se presente en las lesiones o perturbaciones causadas por cualquier accidente, por razón de no haber dado el trabajador, el aviso oportuno correspondiente o haberlo demorado sin justa causa.

**Artículo 38.** De todo accidente se llevará registro en libro especial, con indicación de la fecha, horas, sector y circunstancias en que ocurrió nombre de los testigos especiales, si los hubiere, y forma sintética de que pueden declarar.

**Artículo 39.** En todo caso en lo referente a los puntos de que trata este capítulo, tanto la empresa como los trabajadores, se someterán a las normas del reglamento especial de higiene y seguridad que aquella tenga aprobado por la División de Medicina del Trabajo del Ministerio de la protección social, de acuerdo con lo establecido en los artículos 349, 350 y 352 del Código Sustantivo del Trabajo.

**Artículo 40.** La empresa de servicios temporales es responsable de la salud ocupacional de los trabajadores en misión, en los términos de las leyes que rigen la materia para los trabajadores permanentes

Cuando el servicio se preste en oficios o actividades particularmente riesgosas, o los trabajadores requieran de un adiestramiento particular en cuanto a prevención de riesgos, o sea necesario el suministro de elementos de protección especial, en el contrato que se celebre entre la empresa de servicios temporales y el usuario se determinará expresamente la forma como se atenderá estas obligaciones. No obstante, este acuerdo no libera a la empresa de servicios temporales de la responsabilidad laboral frente al trabajador en misión.

## **CAPITULO XI**

### **PRESCRIPCIONES DE ORDEN**

**Artículo 41.** Los trabajadores tienen como deberes los siguientes:

- a) Respeto y subordinación a los superiores.
- b) Respeto a sus compañeros de trabajo,
- c) Procurar completa armonía e inteligencia con sus superiores y compañeros de trabajo en las relaciones personales y en la ejecución de labores,
- d) Guardar buena conducta en todo sentido y obrar con espíritu de leal colaboración en el orden moral y disciplina general de la empresa,
- e) Ejecutar los trabajos que le confíen con honradez, buena voluntad y de la mejor manera posible,
- f) Hacer las observaciones, reclamos y solicitudes a que haya lugar por conducto del respectivo superior y de manera fundada, comedida y respetuosa.
- g) Ser verídico en todo caso.
- h) Recibir y aceptar las ordenes, instrucciones y correcciones relacionadas con el trabajo, el orden y la conducta en general, con su verdadera intención que es en todo caso la de encaminar y perfeccionar los esfuerzos en provecho propio y de la empresa en general.
- i) Observar rigurosamente las medidas y precauciones que le indique su respectivo Jefe para el manejo de las máquinas o instrumentos de trabajo y

j) Permanecer durante la jornada de trabajo en el sitio o lugar en donde desee desempeñar las labores siendo prohibido salvo orden superior, pasar al puesto de trabajo de otros compañeros.

**Parágrafo.** Se deja expresamente establecido que los directores o trabajadores no pueden ser agentes de la seguridad pública, en los establecimientos o lugares de trabajo, ni intervenir en la selección de personal a la policía ni darle órdenes, ni suministrarle alojamiento ni alimentación gratuita, ni hacer dádivas. (artículo 126 parágrafo C.S.S).

## CAPITULO XII

### ORDEN JERÁRQUICO

**Artículo 42.** El orden jerárquico de acuerdo con los cargos existentes en la empresa, es el siguiente:

**Figura 6 orden jerárquico de la empresa**



***Fuente:*** Elaboración propia

## **CAPITULO XIII**

### **LABORES PROHIBIDAS PARA MENORES**

**Artículo 42.** Queda prohibido emplear a los menores de dieciocho (18) años, salvo expresa autorización de sus padres, tutores o representantes legales de los mismos.

Parágrafo Queda prohibido el trabajo nocturno para los trabajadores menores. No obstante, los mayores de dieciséis (16) años y menores de dieciocho (18) años podrán ser autorizados para trabajar hasta las ocho (8) de la noche siempre que no se afecte su asistencia regular en un centro docente, ni implique perjuicio para su salud física o moral. (Art. 243 del Decreto 2737) de 1989).

## **CAPITULO XIV**

### **OBLIGACIONES ESPECIALES PARA LA EMPRESA Y TRABAJADORES**

**Artículo 43.** Son obligaciones especiales de la empresa:

1. Poner a disposición de los trabajadores. Salvo estipulaciones en contrario, los instrumentos adecuados y las materias primas necesarias para la realización de las labores.
2. Procurar a los trabajadores locales apropiados y elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades profesionales en forma que se garantice razonablemente la seguridad y la salud.

3. Prestar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidentes o enfermedad, a este efecto el establecimiento mantendrá lo necesario según reglamentación de las autoridades sanitarias.

4. Pagar la remuneración pactada en las condiciones, períodos y lugares convenidos.

5. Guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador, sus creencias y sentimientos.

6. Conceder al trabajador las licencias necesarias para los fines y en los términos indicados en este reglamento.

7. Dar al trabajador que lo solicite, a la expiración del contrato, una certificación en que conste el tiempo de servicio, índole de la labor y salario devengado e igualmente si el trabajador lo solicita, hacerle practicar examen sanitario y darle certificación sobre el particular. Si al ingreso o durante la permanencia en el trabajo hubiere sido sometido a examen médico, se considera que el trabajador por su culpa elude, dificulta o dilata el examen, cuando transcurridos cinco (5) días a partir de su retiro no se presenta donde el médico respectivo para las prácticas del examen, a pesar de haber recibido la orden correspondiente.

8. Pagar al trabajador los gastos razonables de venida y regreso, si para prestar su servicio lo hizo cambiar de residencia, salvo si la terminación del contrato se origina por culpa o voluntad del trabajador.

Si el trabajador prefiere radicarse en otro lugar, el patrono le debe costear su traslado hasta concurrencia de los gastos que demandaría su regreso al lugar donde residía anteriormente, En los gastos de traslado del trabajador, se entienden comprendidos los familiares que con él convivieren.

9. Abrir y llevar al día los registros de horas extras y de trabajadores menores que ordena la ley.

10. Conceder a las trabajadoras que estén en período de lactancia los descansos ordenados por el artículo 238 del Código Sustantivo del Trabajo.

11. Conservar el puesto a las empleadas que estén disfrutando de los descansos remunerados, a que se refiere el numeral anterior, o por licencia de enfermedad motivada en el embarazo o parto. No producirá efecto alguno el despido que el patrono comunique a la trabajadora en tales períodos o que, si acude a un preaviso, éste expire durante los descansos o licencias mencionadas.

12. Llevar un registro de inscripción de todas las personas menores de edad que emplee, con indicación de la fecha de nacimiento de las mismas.

13. Cumplir este reglamento y mantener el orden, la moralidad y el respeto a las leyes.

14. Además de las obligaciones especiales a cargo del empleador, este garantizará el acceso del trabajador menor de edad a la capacitación laboral y concederá licencia no remunerada cuando la actividad escolar así lo requiera. Será también obligación afiliar al Instituto de Seguros Sociales o entidad similar a todos los trabajadores menores de edad que laboren a su servicio, lo mismo que suministrarles cada cuatro (4) meses en forma

gratuita, un par de zapatos y un vestido de labor, teniendo en cuenta que la remuneración mensual sea hasta dos veces el salario mínimo vigente en la empresa.

**Artículo 44.** Son obligaciones especiales del trabajador:

1. Realizar personalmente la labor en los términos estipulados: observar los preceptos de este reglamento y acabar y cumplir las órdenes e instrucciones que de manera particular le imparta la empresa o sus representantes según el orden jerárquico establecido.

2. No comunicar a terceros salvo autorización expresa las informaciones que sean de naturaleza reservada y cuya divulgación pueda ocasionar perjuicios a la empresa, lo que no obsta para denunciar delitos comunes o violaciones del contrato o de las normas legales de trabajo ante las autoridades competentes.

3. Conservar y restituir en buen estado, salvo deterioro natural. los instrumentos y útiles que les hayan facilitado y las materias primas sobrantes,

4. Guardar rigurosamente la moral en las relaciones con sus superiores y compañeros.

5. Comunicar oportunamente a la empresa las observaciones que estimen conducentes a evitarle daño y perjuicios.

6. Prestar la mayor colaboración posible en caso de siniestro u riesgo inminentes que afecten o amenacen las personas o las cosas de la empresa.

7. Observar las medidas preventivas higiénicas prescritas por el médico de la empresa o por las autoridades del ramo y observar con suma diligencia y cuidado las instrucciones y órdenes preventivas de accidentes o de enfermedades profesionales.

8. Registrar en las oficinas de la empresa su domicilio y dirección y dar aviso oportuno de cualquier cambio que ocurra.

## **CAPITULO XV**

### **PROHIBICIONES ESPECIALES PARA LA EMPRESA Y LOS TRABAJADORES**

**Artículo 45.** Se prohíbe a la empresa:

1. Deducir, retener o compensar suma alguna del monto de los salarios y prestaciones en dinero que corresponda a los trabajadores sin autorización previa de estos para cada caso y sin mandamiento judicial, con excepción de los siguientes:

a) Respecto de salarios pueden hacerse deducciones, retenciones u compensaciones en los casos autorizados por los artículos 113, 150, 151, 152 y 400 del Código Sustantivo del Trabajo.

b) Las cooperativas pueden ordenar retenciones hasta del 50% cincuenta por ciento de salarios y prestaciones, para cubrir sus créditos, en la forma y en los casos que la ley los autorice.

c) El Banco Popular, puede igualmente ordenar retenciones hasta de un cincuenta por ciento (50%) de salario y prestaciones, para cubrir sus créditos en la forma y en los casos en que la ley lo autoriza.

d) En cuanto a la cesantía y las pensiones de jubilación, la empresa puede retener el valor respectivo en los casos de los artículos 250 y 274 del Código Sustantivo del Trabajo.



2. Obligar en cualquier forma a los trabajadores a comprar mercancías o víveres en almacenes que establezca la empresa.
3. Exigir o aceptar dinero del trabajador como gratificación para que se admita en el trabajo o por motivo cualquiera que se refiera a las condiciones de éste.
4. Limitar o presionar en cualquier forma a los trabajadores en ejercicio de sus derechos de asociación.
5. Imponer a los trabajadores obligaciones de carácter religioso o político o dificultades o impedirles el ejercicio del derecho al sufragio.
6. Hacer o autorizar propaganda política en los sitios de trabajo.
7. Hacer o permitir todo género de rifas, colectas o suscripciones en los mismos sitios.
8. Emplear en las certificaciones de que trata el ordinal 7 del artículo 57 del Código Sustantivo de Trabajo signos convencionales que tienda a perjudicar a los interesados o adoptar el sistema de “lista negra”, cualquiera que sea la modalidad que se utilice para que no se ocupe en otras empresas a los trabajadores que se separen o sean separados del servicio.
9. Cerrar intempestivamente la empresa. Si lo hiciere además de incurrir en sanciones legales deberá pagar a los trabajadores los salarios, prestaciones o indemnizaciones por el lapso que dure cerrada la empresa. Así mismo cuando se compruebe que el patrono en forma ilegal ha retenido o disminuido colectivamente los salarios a los trabajadores, la cesación de actividades de éstos, será imputable a aquel y les dará derecho a reclamar los salarios correspondientes al tiempo de suspensión de labores.

10. Despedir sin justa causa comprobada a los trabajadores que les hubieren presentado pliego de peticiones desde la fecha de presentación del pliego y durante los términos legales de las etapas establecidas para el arreglo del conflicto.

11. Ejecutar o autorizar cualquier acto que vulnere o restrinja los derechos de los trabajadores o que ofenda su dignidad.

Artículo 46. Se prohíbe a los trabajadores:

1. Sustraer de la fábrica, taller o establecimiento los útiles de trabajo, las materias primas o productos elaborados sin permiso de la empresa.

2. Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la influencia de narcóticos o de drogas enervantes.

3. Conservar armas de cualquier clase en el sitio de trabajo a excepción de las que con autorización legal puedan llevar los celadores.

4. Faltar al trabajo sin justa causa de impedimento o sin permiso de la empresa, excepto en los casos de huelga, en los cuales deben abandonar el lugar de trabajo.

5. Disminuir intencionalmente el ritmo de ejecución del trabajo, suspender labores, promover suspensiones intempestivas del trabajo e incitar a su declaración o mantenimiento, sea que se participe o no en ellas.

6. Hacer colectas, rifas o suscripciones o cualquier otra clase de propaganda en los lugares de trabajo

7. Coartar la libertad para trabajar o no trabajar o para afiliarse o no a un sindicato o permanecer en él o retirarse.

8. Usar los útiles o herramientas suministradas por la empresa en objetivos distintos del trabajo contratado

## **CAPITULO XVI**

### **4. ESCALA DE FALLAS Y SANCIONES DISCIPLINARIAS**

**Artículo 47.** La empresa no puede imponer a sus trabajadores sanciones no previstas en este reglamento en pactos, convenciones colectivas, fallos arbitrales o en contrato de trabajo.

**Artículo 48.** Se establecen las siguientes clases de faltas leves y las correspondientes sanciones disciplinarias, así:

a) El retardo hasta de minutos en la hora de entrada sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración a la empresa, implica por primera vez, multa de la décima parte del salario de un día; por la segunda vez, multa de la quinta parte del salario de un día; por tercera vez suspensión en el trabajo en la mañana o en la tarde según el turno en que ocurra y por cuarta vez suspensión en el trabajo por tres días.

b) La falta en el trabajo en la mañana, en la tarde o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente cuando no causa perjuicio de consideración a la empresa, implica por primera vez suspensión en el trabajo hasta por tres días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por ocho días.

c) La falta total al trabajo durante el día sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración a la empresa implica, por primera vez suspensión en el trabajo hasta por ocho días y por segunda vez, suspensión en el trabajo hasta por dos meses.

d) La violación leve por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias implica por primera vez. Suspensión en el trabajo hasta por ocho días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por dos (2) meses

**Parágrafo.** La imposición de multas no impide que la empresa prescinda del pago del salario correspondiente al tiempo dejado de trabajar, el valor de las multas se consignará en cuenta especial para dedicarse exclusivamente a premios o regalos para los trabajadores del establecimiento que más puntual y eficientemente cumpla sus obligaciones. Las multas no podrán exceder del valor de la quinta parte el salario de un día.

**Artículo 49.** Las multas que se prevén sólo pueden causarse por retardos o faltas al trabajo sin excusa suficiente, no pueden exceder de la quinta 1/5 parte del salario de un día y su importe se consigna en cuenta especial para dedicarse exclusivamente a premios o regalos para los trabajadores del establecimiento.

**Artículo 50.** Constituyen fallas graves:

a) El retardo hasta de 60 minutos en la hora de entrada al trabajo sin excusa suficiente, por tercera vez.

b) La falta total del trabajador en la mañana o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente, por tercera vez

c) La falta total del trabajador a sus labores durante el día sin excusa suficiente, por tercera vez

d) Violación grave por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias

## **CAPITULO XVII**

### **DEL USO DEL UNIFORME INSTITUCIONAL**

**Artículo 51.** El uniforme tiene por objeto que los empleados acudan a sus labores de forma acorde a las actividades que realizan con fines de seguridad, presentación e imagen corporativa, por lo que su uso será de obligatorio cumplimiento para todo el personal.

Parágrafo. El jefe de la Dependencia a la que está adscrito el personal beneficiario de uniforme, será el encargado de verificar diariamente el cumplimiento del porte del mismo.

**Artículo 52.** El uniforme se deberá conservar en buen estado y limpio. El empleado que realice modificaciones notorias al modelo previsto por la institución, pierda o extravíe el uniforme será acreedor a:

I. Primera Vez: Llamado de Atención Verbal

II. Segunda Vez: Llamado de Atención escrita

Parágrafo. El llamado de atención verbal será impuesto por el jefe de la Dependencia a la que está adscrito el personal que hubiese incurrido en la falta; lo cual deberá comunicarse al área administrativa. En caso de reincidencia el jefe administrativo impondrá llamado de atención escrita con copia a la hoja de vida.

**Artículo 53.** La Dotación de Uniformes se entregará a los trabajadores de la empresa finca ecoturística Jericó, de acuerdo a lo que ordene la Ley.

Parágrafo. Suministro será el Área encargada de hacer entrega de la Dotación con el apoyo del área de administración.

## **PROCEDIMIENTOS PARA COMPROBACION DE FALTAS Y FORMAS DE APLICACIÓN**

### **De las sanciones disciplinarias**

**Artículo 54.** Antes de aplicarse una sanción disciplinaria, el patrono deberá oír al trabajador inculcado directamente y si éste es sindicalizado deberá estar asistido por dos representantes de la organización sindical a que pertenezca. En todo caso se dejará constancia escrita de los hechos y de la decisión de la empresa de imponer o no, la sanción definitiva.

**Artículo 55.** No producirá efecto alguno la sanción disciplinaria impuesta con violación del trámite señalado en el anterior artículo

## **CAPITULO XVIII**

### **RECLAMOS: PERSONAS ANTE QUIENES DEBEN PRESENTARSE Y SU TRAMITACIÓN**

**Artículo 56.** Los reclamos de los trabajadores se harán ante la persona que ocupe en la empresa el cargo de quien los oirá y resolverá en justicia y equidad.

**Artículo 57.** Se deja claramente establecido que para efectos de los reclamos a que se refieren los artículos anteriores, el trabajador o trabajadores pueden asesorarse del sindicato respectivo.

**Parágrafo.** En la empresa existen prestaciones adicionales a las legalmente obligatorias.

## **CAPITULO XIX**

### **PUBLICACIONES**

**Artículo 58.** Dentro de los quince (15) días siguientes al de la notificación de la resolución aprobatoria del presente reglamento, el patrono debe publicarlo en el lugar de trabajo, mediante la fijación de dos (2) copias de caracteres legibles, en dos (2) sitios distintos. Sí hubiere varios lugares de trabajo separados, la fijación debe hacerse en cada uno de ellos, Con el Reglamento debe fijarse la resolución aprobatoria.

#### 4. ESTUDIO FINANCIERO

##### Inversiones

**Tabla 43 Inversiones En Obras Físicas**

<b>Detalle de inversiones</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Vida Útil (Años)</b>
Zona de recreación acuática	1	1.000.000	45
Kiosco	1	5.000.000	45
Baños	2	5.000.000	45
Oficina Administrativa	1	10.000.000	45
<b>TOTAL</b>		<b>21.000.000</b>	

***Fuente: elaboración propia***

Se puede observar en la tabla 43 que se requiere una inversión total de \$21.000.000 para la realización de las obras físicas del proyecto.

**Tabla 44 Inversiones En Maquinaria Y Equipo**

<b>Detalle de Inversiones</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>	<b>Vida Útil (Años)</b>
Lancha Planchón	1	160.000	160.000	25
Lancha bote	1	35.000.000	35.000.000	25
Chalecos salva vidas	80	61.000	4.880.000	7
kayak	10	1.470.000	14.700.000	10
Avioneta CESSNA GRAN CARAVAN 208B flotadores	1	1.655.555	1.655.555	25
Tanque elevado	1	508.000	508.000	10
Bomba sumergible 1 caballo	1	920.000	920.000	10
Caja registradora	1	570.000	570.000	5
Computador de mesa Lenovo	2	1.290.000	2.580.000	5
<b>TOTALES</b>			<b>60.973.555</b>	

**Fuente:** elaboración propia



A partir de la tabla 44, se obtiene que se necesita de una inversión de \$60.973.555 en maquinaria y equipo.

**Tabla 45 Inversiones En Muebles Y Enseres**

<b>Detalle de Inversiones</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo</b>	<b>Vida</b>
		<b>Unitario</b>	<b>Total</b>	<b>Útil (Años)</b>
Sillas cuatro puestos	7	325.000	2.275.000	10
Silla giratoria	2	100.000	200.000	10
Escritorio	2	150.000	300.000	10
Bombillos	15	6.000	90.000	2
Reflectores	5	90.000	450.000	2
Dispensador de papel higiénico	2	35.000	70.000	2
Lámpara plafón	10	16.000	160.000	2
Nevera Mabe	1	800.000	800.000	10
Dispensador de agua	1	467.000	467.000	10
Ventiladores de techo	14	100.000	1.000.000	10
Papeleras	6	23.000	138.000	5
Canecas punto ecológico	2	190.000	380.000	5
<b>TOTAL</b>			<b>6.330.000</b>	

**Fuente:** elaboración propia

En la tabla 45, se observa que se requieren de una inversión de \$6.330.000 en muebles y enseres.

**Tabla 46 Inversiones En Activos Intangibles**

<b>Inversiones</b>	<b>Costo</b>
Estudio de pre factibilidad	600.000
Estudio de factibilidad	800.000
Licencias y tramites	680.000
Montaje y puesta en marcha	4.000.000
Gastos de organización	3.000.000
Imprevistos	1.000.000
<b>Total en inversiones en Activos intangibles</b>	<b>10.080.000</b>

**Fuente:** elaboración propia

De la tabla 46, se tiene que el total de inversiones en activos intangibles que no tienen soporte material pero que son capaces de generar beneficio al proyecto es de \$10.080.000.

### **Distribución de costos**

**Tabla 47 Costo De Mano De Obra**

<b>Cargo</b>	<b>Remuneración mensual</b>	<b>Remuneración anual</b>	<b>Prestaciones sociales (50,82%)</b>	<b>Costo total</b>
<b>Mano de Obra Directa</b>				
Guía turístico (1)	877.803	10.533.363	5.353.194	15.886.830
Instructor de pesca (2)	1.755.606	21.067.272	10.706.388	31.773.660
Monitor canotaje / motos de agua (1)	877.803	10.533.636	5.353.194	15.886.830
Conductor de motor fuera de borda (1)	1.200.000	14.400.000	7.318.080	21.718.080
Piloto de avioneta (1)	4.000.000	104.534.544	53.124.455	157.658.999
<b>TOTAL</b>	<b>8.711.212</b>	<b>42.134.544</b>	<b>81.451.311</b>	<b>63.547.319</b>

**Fuente:** elaboración propia

MANO DE OBRA INDIRECTA				
Primeros auxilios	524.464	6.293.568	3.198.391	9.491.959
Secretaria	961.846	11.542.152	5.865.722	17.407.874
<b>SUBTOTAL</b>	<b>1.486.310</b>	<b>17.835.720</b>	<b>9.064.113</b>	<b>26.899.833</b>
<b>TOTAL</b>	<b>9.969.719</b>	<b>59.970.264</b>	<b>90.919.432</b>	<b>90.447.152</b>

La mano de obra de la empresa está dividida de la siguiente así: siendo la mano de obra directa 2 instructores de pesca, su remuneración mensual entre los dos de \$1.755.606 la cual es una remuneración anual de \$21.067.272, tiene prestaciones sociales de \$10.706.388 siendo así la mano de obra directa un costo para la empresa de \$63.547.319 anualmente y un costo de mano de obra indirecta para la empresa de \$26.899.833

Por lo tanto, el costo de la mano de obra para la prestación del servicio es de \$90.447.152.

**Tabla 48 Costos De Operación**

<b>PRODUCTOS</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo total</b>
<b>MATERIALES DIRECTOS</b>				
Botiquín de primeros auxilios	unidad	1	274.000	274.000
Jabones	unidad	100	320	32.000
Papel higiénico	unidad	2	33.000	66.000
Jabón liquido	unidad	2	90.000	180.000
<b>Subtotal materiales directos</b>				<b>552.000</b>
<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>				
Servilletas	Paquete x 600 unds	10	11.000	111.000
Gasolina	Galón	50	7.951	397.550
<b>Subtotales materiales indirectos</b>				<b>508.550</b>
<b>TOTAL</b>				<b>1.060.550</b>

**Fuente:** elaboración propia

Se puede observar en la tabla 48, que el costo total que se requiere para la operación es de \$1.060.550, de los cuales \$552.000 son para materiales directos y \$508.550 son para materiales indirectos.

**Tabla 49 Costos De Servicio De Primer Año De Operación**

<b>SERVICIO</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad Meses</b>	<b>costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Energía	KW/HORA	12	50.000	600.000
Internet / telefonía	Dobleplay	12	75.000	900.000
Mantenimiento de equipo	Equipo	12	100.000	1.200.000
Póliza contra accidentes personales	pólizas	840	21.000	17.640.000
Transporte	por persona	840	18.000	15.120.000
<b>TOTAL</b>				<b>35.460.000</b>

**Fuente:** elaboración propia

En la tabla 49, se muestra que el total de los costos de los servicios del primer año de operación es de \$35.460.000

**Tabla 50 gastos depreciación**

GASTOS DE DEPRECICION								
Activos	Vida Útil (años)	Costos del Activo	1	2	3	4	5	VALOR RESIDUAL
Zona de recreación acuatica	45	1.000.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	400.000
Kiosco	45	5.000.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	2.000.000
Baños	45	5.000.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	2.000.000
Oficinas administrativas	45	10.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	4.000.000
Lancha Planchon	25	160.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	64.000
Lancha bote	25	35.000.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	14.000.000
Chaleco salvavidas	7	61.000	6.100	6.100	6.100	6.100	6.100	24.400
Kayak	10	1.470.000	147.000	147.000	147.000	147.000	147.000	588.000
Avioneta CESSNA GRAN CARAVAN 208B flotadores	25	1.655.555	165.556	165.556	165.556	165.556	165.556	662.222
Tanque elevado	10	508.000	50.800	50.800	50.800	50.800	50.800	203.200
Bomba sumergible 1 caballo	10	920.000	92.000	92.000	92.000	92.000	92.000	368.000
Caja registrada	5	570.000	57.000	57.000	57.000	57.000	57.000	

computadora de mesa Lenovo	5	1.290.000	129.000	129.000	129.000	129.000	129.000	
Sillas cuatro puestos	10	325.000	32.500	32.500	32.500	32.500	32.500	130.000
Silla giratoria	10	100.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	40.000
Escritorio	10	150.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	60.000
Bombillos	2	6.000	600	600				
Reflectores	2	90.000	9.000	9.000				
Dispensador de papel higiénico	2	35.000	3.500	3.500				
Lámpara plafón	2	16.000	1.600	1.600				
Nevera Mabe	10	800.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	320.000
Dispensador de agua	10	467.000	46.700	46.700	46.700	46.700	46.700	186.800
Ventiladores de techo	10	100.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	40.000
Canecas ecológicas	5	190.000	19.000	1.900	1.900	1.900	1.900	
Papeleras	5	23.000	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	
Total Deprec.		<b>64.936.555</b>	<b>6.493.656</b>	<b>6.493.656</b>	<b>6.461.856</b>	<b>6.461.856</b>	<b>6.461.856</b>	<b>25.086.622</b>

*Fuente: elaboración propia*

De la tabla 40, se tiene que la depreciación para el primer y segundo año es de \$6.493.656, para el tercer, quinto y sexto año es de \$6.461.856, dejando un valor residual total de \$25.086.622.

**Tabla 51 Remuneración Al Personal Administrativo**

<b>Cargo</b>	<b>Remuneración mensual</b>	<b>Remuneración anual</b>	<b>Prestaciones sociales</b>	<b>Remuneración total anual</b>
Gerente (1)	1.500.000	18.00.000	3.927.600	21.927.600
Contador (1)	500.000	6.000.000		
Asesor Comercial (1)	877.803	10.533.636	2.298.439	12.832.075
<b>Total</b>	<b>3.277.803</b>	<b>39.333.636</b>	<b>6.284.160</b>	<b>35.084.160</b>

*Fuente: Elaboración propia*

El contador no está vinculado directamente a la empresa por lo tanto no tiene un contrato permanente, recibe un pago de \$500.000, con remuneración anual de \$ 6.000.000 por lo tanto no recibe prestaciones sociales y el asesor comercial recibe el salario mínimo mensual. Para un total de una remuneración anual al personal administrativo la cual tiene un valor total de \$ 35.084.160.

**Tabla 52 Gastos Administrativos**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
Elementos de aseo	10	60.000	720.000
Predio	1	12.500	150.000
Industria Y Comercio	1	41.000	492.000
Útiles de Oficina	10	30.000	360.000
<b>TOTAL</b>			<b>1.722.000</b>

*Fuente: Elaboración propia*

La anterior tabla muestra el valor por concepto de gastos administrativos adicionales o diferentes la remuneración del personal, el cual es de \$1.722.000.

**Tabla 53 Gastos De Ventas**

<b>Detalle</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
Publicidad	300.000	3.600.000
<b>TOTAL</b>	<b>300.000</b>	<b>3.600.000</b>

*Fuente: elaboración propia*

En la tabla 53 se muestra que el valor total anual de los gastos incurridos en las ventas es de \$3.600.000.

**Tabla 54 Amortización De Gastos Diferidos**

Activos	Plazo de amortización	Costo del activo	<u>Valor amortización anual</u>				
			1	2	3	4	5
Gastos Pre operativos.	5	<b>10.840.000</b>	2.016.000	2.016.000	2.016.000	2.016.000	2.016.000
<b>Valor a amortizar</b>							

*Fuente: elaboración propia*

En la tabla 54 se observa la amortización del total de los gastos diferidos, es decir, de las inversiones en activos intangibles en un periodo de 5 años. De lo cual se obtuvo un valor de \$2.016.000 para cada año.



**Tabla 55 Distribución De Costos**

DISTRIBUCIÓN DE LOS COSTOS													
		Paquete turístico 1			Paquete turístico 2			Paquete turístico 3			Paquete turístico 4		
Detalle	Costo	% participacion	Costos Fijos	Costos Variables	% participacion	Costos Fijos	Costos Variables	% participacion	Costo Fijo	Costo Variable	% participacion	Costo Fijo	Costo Variable
<b>Costos de Producción</b>													
Mano Obra Directa	47.998.186	12%		5.759.782	8%		3.839.855	9%		4.319.837	7%		3.359.873
Mano de obra indirecta	21.727.474	12%	2.607.297		8%	1.738.198		9%	1.955.473		7%	1.520.923	
Material Directo	552.000	12%		66.240	8%		44.160	9%		49.680	7%		38.640
Material indirecto	508.550	12%		61.026	8%		40.684	9%		45.770	7%		35.599
servicios	35.460.000	12%		4.255.200	8%		2.836.800	9%		3.191.400	7%		2.482.200
depreciacion	6.493.656	12%	779.239		8%	6.493.656		9%	584.429		7%	454.556	
<b>Subtotal</b>	<b>112.739.866</b>		<b>779.239</b>	<b>10.142.248</b>		<b>1.738.198</b>	<b>6.761.499</b>		<b>2.539.902</b>	<b>7.606.686</b>		<b>1.975.479</b>	<b>5.916.312</b>
<b>Gastos de Administración</b>													
sueldos y drepc	35.084.160	12%	4.210.099		8%	2.806.733		9%	3.157.574		7%	2.455.891	
otros gast admon	1.722.000	12%	206.640		8%	137.760		9%	154.980		7%	120.540	
Amortizacion	2.016.000	12%	241.920		8%	161.280		9%	181.440		7%	141.120	
<b>subtotal</b>	<b>38.822.160</b>		<b>4.658.659</b>			<b>3.105.773</b>			<b>3.493.994</b>			<b>2.717.551</b>	
<b>Gastos de venta</b>													
puclidad	3.600.000	12,00%	432.000		8%	288.000		9%	324.000		7%	252.000	
<b>sutotal</b>	<b>3.600.000</b>		<b>432.000</b>			<b>288.000</b>			<b>324.000</b>			<b>252.000</b>	
<b>total</b>	<b>155.162.026</b>		<b>5.869.898</b>	<b>10.142.248</b>		<b>5.131.971</b>	<b>6.761.499</b>		<b>6.357.896</b>	<b>7.606.686</b>		<b>4.945.030</b>	<b>5.916.312</b>

*Fuente: elaboración propia*

En la tabla 55 se muestra la respectiva distribución de los diferentes costos en los que se incurren para el desarrollo del proyecto, como en los costos de operación, gastos de administración o de venta. Se obtuvo un costo total de \$155.162.026.

Tabla 56 precio de venta unitario y margen

<i>servicios</i>	<i>unidades</i>	<i>precio de venta</i>	<i>precio de venta unitario</i>	<i>margen</i>
<i>paquete 1</i>	16	762.483	\$ 30.499	12%
<i>paquete 2</i>	11	731.906	\$ 29.276	8%
<i>paquete 3</i>	12	775.810	\$ 25.860	9%
<i>paquete 4</i>	15	724.089	\$ 48.273	7%
		<b>2.994.289</b>		

Fuente: elaboración propia

### Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es donde se estipulan las unidades que deben ser vendidas como mínimo para igualar los costos con los ingresos, esto que quiere decir, se busca un volumen de ventas que no permita ganancias y pérdidas durante el periodo, la fórmula para calcular el punto de equilibrio por servicio es la siguiente; teniendo en cuenta que se usaran los 4 paquetes de servicios turísticos propuestos por la empresa Turiayapel S.A.S para el cálculo de la misma.

$$PE = \frac{CFT}{PVU - CVU}$$

De donde:

PE: Punto de equilibrio

CFT: costo fijo total

PVU: precio de venta unitario

CVU: costo variable unitario

Los datos a tener en cuenta para el inicio del cálculo son:

**Tabla 57 datos punto de equilibrio**

<i>Datos Punto de Equilibrio</i>					
<b>servicios a ofrecer</b>	paqt-t 1	paqt-t 2	paqt-3	<i>paqt-4</i>	total
<b>Cantidad de Servicios (Q)</b>	25	25	30	<b>15</b>	<b>95</b>
<b>Distribución de Costos Operacionales</b>	12%	8%	9%	<b>7%</b>	<b>100%</b>
<b>Margen de Utilidad (MU)</b>	15%	37%	50%		

*Fuente: elaboración propia*

los datos obtenidos en la tabla son los servicios ya definidos por la capacidad de la empresa, así que es necesario tener en cuenta la distribución de costos y sus porcentajes de participación por cada servicio al igual que el margen de utilidad. A partir de estos datos obtenidos se procede a calcular el punto de equilibrio:

<i>Calculo del Punto de Equilibrio</i>				
<b>Servicio</b>	<b>paqt-t1</b>	<b>paqt-t2</b>	<b>paqt-t3</b>	<b>paqt-t4</b>
<b>Costo Fijo (CF)</b>	<b>5.869.898</b>	<b>5.131.971</b>	<b>6.357.896</b>	<b>4.945.030</b>
<b>Costo Variable (CV)</b>	<b>10.142.248</b>	<b>6.761.499</b>	<b>7.606.686</b>	<b>5.916.312</b>
<b>Costo Total de Operaciones (CT)</b>	<b>16.012.146</b>	<b>11.893.470</b>	<b>13.964.582</b>	<b>10.861.342</b>
<b>Costo Unitario (CU)</b>	<b>640.486</b>	<b>475.739</b>	<b>465.486</b>	<b>724.089</b>
<b>Costo Variable Unitario (CVU)</b>	<b>405.689,93</b>	<b>270.460</b>	<b>253.556</b>	<b>394.421</b>
<b>Precio de Venta Unitario (PVU)</b>	<b>762.483</b>	<b>731.906</b>	<b>775.810</b>	<b>724.089</b>
<b>Punto de Equilibrio</b>	<b>16</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>15</b>

**Tabla 58 cálculo del punto de equilibrio**

**Fuente:** elaboración propia

Luego de haber obtenido los costos totales unitarios de cada operación por servicios se pudo obtener el costo unitario, dicho dato permitió obtener un precio de venta unitario anual, que contiene el margen de utilidades esperados por la empresa Turiayapel S.A.S por cada uno de ellos. Debido a los cálculos realizados se pudo obtener el punto de equilibrio de cada uno de ellos, dichos se pueden resumir de la siguiente manera:

**Tabla 59 punto de equilibrio**

<i>Punto de Equilibrio</i>	
Servicio	<b>Punto de Equilibrio</b>
Paqt-t 1	16
Paqt-t 2	11
Paqt-t 3	12
Paqt-t 4	15
<i>Total</i>	<b>54</b>

De esta manera el punto de equili **Fuente:** elaboración ara no obtener pérdidas ni ganancias al inicio de la operación es de 54 servicios, donde se requiere de una demanda de 16 personas para el paquete 1 (observación de flora y fauna; recorridos por el municipio de Ayapel), 11 para el paquete 2(excursiones ecológicas), 12 para el paquete 3 (actividades acuáticas) y 15 para el paquete 4 (paseos acuáticos y aéreos)

#### **4.3 Capital de trabajo**

El capital de trabajo le permite a una empresa cubrir sus costos de materia prima, mano de obra e insumos. Este capital de trabajo debe ser recuperado a corto plazo y debe estar disponible para los pagos y compras a tiempo. De este modo para establecer la inversión en el cálculo del capital de trabajo desde el año 0 y proyectado a 5 años es necesario tener los costos y gastos de operación anual.

**Tabla 60 costos operacionales anuales**

<b>Costos Operacionales Anuales</b>	
<b>Costos de Operación</b>	84.010.186
<b>Gastos de Administración</b>	38.822.160
<b>Gastos de Ventas</b>	3.600.000

<b>Total</b>	<b>126.432.346</b>
--------------	--------------------

***Fuente: elaboración propia***

Teniendo en cuenta los gastos y costos operacionales anuales para el capital de trabajo se obtuvo un total de \$ 126.432.346, dicho valor debe ser recuperado a corto tiempo.

**Tabla 61 capital de trabajo Año 0**

<b>Capital de Trabajo Año 0</b>				
<b>Costos Operacionales al Año</b>	<b>Días del Año</b>	<b>Días de Recuperación</b>	<b>Costo Operacional al Día</b>	<b>Capital de Trabajo a 60 Días</b>
<b>148.668.370</b>	365	60	407.311	24.438.636

***Fuente: elaboración propia***

Como se puede observar en la tabla se predice un capital de trabajo bimestral de costos y gastos en los que se incurren para pagar en un lapso de 60 días, para tal fin es necesario que se recupere \$ 24.438.636

A partir del dato anterior se realiza una proyección a los siguientes 5 años del capital de trabajo necesario, para esto se tiene en cuenta el crecimiento esperado de comercialización de la empresa el 4,28% y el Índice de Precios al Consumidor del presente año siendo el 3,63%, dando como resultado:

**Tabla 62 proyección de capital de trabajo**

<b>Fuente:</b> propia Con la obtenida se cálculo de la inversión por año:	<i>Proyección del Capital de Trabajo</i>			<i>elaboración</i>  proyección accede al
	24.438.636	7,91%	1.933.096	
	26.371.732	7,91%	2.086.004	
	28.457.736	7,91%	2.251.007	
	30.708.743	7,91%	2.429.062	
	<b>Valor Capital de Trabajo</b>		<b>8.699.169</b>	

**Tabla 63 inversión capital del trabajo**

<i>Inversiones Fijas del Proyecto</i>						
Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ACTIVOS FIJOS TANGIBLES</b>						
<i>Fuente: elaboración propia</i>						
Obras Físicas	-21.000.000					
Maquinaria y equipos	-60.973.555					
Muebles y enseres	-6.330.000					
<i>Subtotal</i>	-88.303.555					
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>						
Gastos Pre operativos	-10.080.000					
<i>Subtotal</i>	-10.080.000					
<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA</b>	<b>-98.383.555</b>					

<i>Inversión Capital de Trabajo</i>						
Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Inversión en Capital de Trabajo</b>	-24.438.636	-1.933.096	-72.086.004	-2.251.007	-2.429.062	

### Flujo neto

Una vez obtenido el resultado del capital de trabajo se encuentra la inversión requerida de este para completar 5 años, como se está representando un egreso de la empresa como inversión se toma en valor negativo, por lo que para este periodo \$3.175.196.567 para cumplir con compras de materiales, pago de nómina y otros gastos de la operación.

**Tabla 64 inversiones fijas**

**Fuente:** elaboración propia

El cuadro de inversiones fijas del proyecto para el año 0 da como resultado \$-98.383.555 se toma como un valor negativo al representar un egreso.

Ahora se el valor residual del proyecto, valor obtenido de la depreciación y el total de del capital de trabajo, entonces:

**Tabla 65 valor residual de activos**

<i>Valor Residual de Activos</i>						
<b>Concepto</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b><i>ACTIVOS TANGIBLES</i></b>						
<b>Activos de producción</b>						6.478.956
<b>Activos de administración</b>						401.500
<b><i>Subtotal</i></b>						<b>6.880.456</b>
<b><i>ACTIVOS INTANGIBLES</i></b>						
<b>Valor residual del Capital de trabajo</b>						8.920.102.200
<b><i>Subtotal</i></b>						<b>8.920.102.200</b>
<b><i>Total Valor Residual</i></b>						<b>8.926.982.656</b>

***Fuente:*** elaboración propia

De acuerdo al cuadro anterior, el valor residual de los activos al paso de los 5 años será \$8.926.982.656. Al obtener los resultados de los tres cuadros mencionados al inicio, se puede determinar el flujo neto de la inversión, dando como resultado:





**Tabla 66 flujo neto de inversión**

<i>Flujo Neto de Inversiones</i>						
<b>Detalle</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Inversión Fija</b>	- 98.383.555					
<b>Capital de Trabajo</b>	- 24.438.636	- 1.933.096	- 72.086.004	-2.251.007	-2.429.062	
<b>Valor Residual</b>						8.926.982.656
<b>Total Flujo Neto de Inversiones</b>	- <b>122.822.191</b>	- <b>1.933.096</b>	- <b>2.086.004</b>	<b>-2.251.007</b>	<b>-2.429.062</b>	<b>8.926.982.656</b>

*Fuente: elaboración propia*

De acuerdo al cuadro anterior, se establecen las inversiones necesarias por la empresa desde el año 0 hasta el año 5 del funcionamiento de la empresa Turiayapel S.A.S

## Proyecciones Financieras

Para conocer el flujo neto de la operación es necesario proyectar los primeros 5 años en los que prestara el servicio, esta proyección se realizara tanto para ingresos como costos y gastos, se tiene en cuenta para esto en algunos casos el crecimiento esperado de comercialización de la empresa (4,28%) y para otros el Índice de Precios al Consumidor a mitad del 2019 (3,63%), incluso se presentan proyecciones usando ambos.

**Tabla 67 ingreso Año 1**

<i>Ingresos Año 1</i>			
<b>Servicio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Ingresos Año 1</b>
<b>paqt-t1</b>	25	1.671.744	20.060.932
<b>paqt-t1</b>	25	2.407.055	28.884.663
<b>paqt-t2</b>	30	2.721.370	32.656.434
<b>paqt-t2</b>	15	1.632.305	19.587.654
<i>Total</i>			<b>101.189.684</b>

*Fuente: elaboración propia*

Definidos los ingresos totales de cada año se procede a realizar el presupuesto de ingresos:

**Tabla 68 presupuesto de ingresos**

<i>Presupuesto de Ingresos</i>					
<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>paqt-t1</b>	20.060.932	20.446.102	20.838.667	21.238.769	21.646.554
<b>paqt-t2</b>	28.884.663	28.884.663	28.884.663	28.884.663	28.884.663
<b>paqt-t3</b>	32.656.434	32.656.434	32.656.434	32.656.434	32.656.434
<b>paqt-t4</b>	19.587.654	19.963.737	19.963.737	19.963.737	19.963.737
<b>Total Ingresos</b>	<b>101.189.684</b>	<b>101.950.936</b>	<b>102.343.502</b>	<b>102.743.604</b>	<b>103.151.388</b>

*Fuente: elaboración propia*

En los primeros 5 años de operación de la empresa Turiayapel S.A.S se espera un ingreso total por valor de 511.379.114.

## Presupuesto de Costos Operacionales

**Tabla 69 presupuesto costo operacionales**

<b>PRESUPUESTO DE COSTOS OPERACIONALES</b>					
<b>Detalle/años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Costos de Producción	112.739.866	117.813.160	123.114.752	128.654.916	134.444.387
Gastos de Administración	38.822.160	40.569.157	42.394.769	44.302.534	46.296.148
Gastos de Venta	3.600.000	3.762.000	3.931.290	4.108.198	4.293.067
<b>Total Costos Operacionales</b>	<b>155.162.026</b>	<b>162.144.317</b>	<b>169.440.811</b>	<b>177.065.648</b>	<b>185.033.602</b>

*Fuente: elaboración propia*

Los costos de producción dan un total \$848.846.405 en el transcurso de los primeros 5 años de operación.

## FLUJO NETO DE OPERACIONES

**Tabla 70 flujo neto de operación**

<b>FLUJO NETO DE OPERACIÓN</b>					
<b>Concepto</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Total ingresos	101.189.684	101.950.936	102.343.502	102.743.604	103.151.388
Total costos y gastos operacionales	155.162.026	162.144.317	169.440.811	177.065.648	185.033.602
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>53.972.342</b>	<b>60.193.381</b>	<b>67.097.310</b>	<b>74.322.044</b>	<b>81.882.214</b>
Menos Impuesto 32% 2020	17.271.150	19.261.882	21.471.139	23.783.054	26.202.308
Utilidad Neta	36.701.193	40.931.499	45.626.171	50.538.990	55.679.905
Más depreciación	6.493.656	6.493.656	6.493.656	6.493.656	6.493.656
Más Amortización	2.016.000	2.016.000	2.016.000	2.016.000	2.016.000
<b>Flujo neto de Operación</b>	<b>45.210.849</b>	<b>49.441.155</b>	<b>54.135.827</b>	<b>59.048.646</b>	<b>64.189.561</b>

*Fuente: elaboración propia*

Se pronostica tener un Flujo Neto de Operación \$272.026.038 durante los 5 primeros años de operación.

#### 4.1.1. FLUJO NETO DEL PROYECTO

Tabla 71 flujo neto del proyecto

Flujo Neto del Proyecto						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo Neto de Inversión	-122.822.191	-1.933.096	-2.086.004	-2.251.007	-2.429.062	8.926.982.656
Flujo Neto de Operación		45.210.849	49.441.155	54.135.827	59.048.646	64.189.561
<b>TOTAL FLUJO NETO DEL PROYECTO</b>	<b>-122.822.191</b>	<b>43.277.753</b>	<b>47.355.151</b>	<b>51.884.820</b>	<b>56.619.584</b>	<b>8.991.172.217</b>

*Fuente: elaboración propia*

#### Evaluación Financiera

Tabla 72 evaluación financiera

Evaluación Financiera	
Tasa de oportunidad	25%
VPN	2.227.650.632
TIR	14%
R B/C	7,8

**Fuente:** elaboración propia

## **5. ESTUDIO DEL IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL**

### **SOCIAL**

La creación de una empresa genera efectos dentro de una sociedad y en los diversos aspectos que rodean a esta, en su búsqueda por solucionar un problema o satisfacer una necesidad, queriéndolo o no causan un impacto positivo o negativo, dependiendo a la actividad que se dedique la empresa, este efecto será de distinta forma o tamaño; además de que dicho impacto no es en un solo sentido, es decir, la empresa puede causar impacto a una sociedad o viceversa. En el presente modulo se tratarán los impactos social y ambiental que causan y rodean a la empresa **TURIAYAPEL S.A.S**

Al ser una empresa de servicios turísticos y deportes acuáticos se genera un impacto alto en la sociedad, sobre todo porque en este municipio porque no hay existe ninguna empresa que se dedique a esta actividad, por lo que esta empresa presenta una gran oportunidad, pues como se evidenció al realizar las encuestas, se encontró un apoyo por parte de la población, ya que tuvo un recibimiento enorme por parte de la muestra, también se tiene presente que “El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. (Padilla, 2004).

Los impactos sociales que se generan con la creación de una empresa de servicios turísticos y deportes acuáticos en el municipio de Ayapel son:

- Generar un nuevo tipo de entretenimiento con las diferentes actividades que permiten esta empresa.

- Incentiva a la protección y promoción de la cultura
- Valoración e intercambio de la cultura local.
  - Generar empleos ayudando de tal manera al crecimiento de la economía de la región
  - Recuperación de la industria artesanal.

## **AMBIENTAL**

En términos ambientales, este proyecto se considera altamente amigable con el medio ambiente y la naturaleza. La empresa TURIAYAPEL S.AS garantiza las condiciones adecuadas y propicias para la prestación de sus servicios sin afectar la naturaleza de manera negativa. Por el contrario, la empresa busca concienciar a las personas sobre la protección de los recursos naturales a través de la interacción de estas con el medio y las diversas charlas y talleres sobre la importancia de estos.

“De este modo se puede decir que el impacto ambiental implica los efectos adversos sobre los ecosistemas, el clima y la sociedad debido a las actividades, como la extracción excesiva de recursos naturales, la disposición inadecuada de residuos, la emisión de contaminantes y el cambio de uso del suelo, entre otros”, (María Perevochtchikova, 2013).

### **Plan de Prevención y Reducción de Impactos Ambientales**

**OBJETIVO:** Establecer medidas ambientales mediante la aplicación de técnicas para minimizar los impactos negativos sobre los componentes físico y social dentro del proyecto.

## **Programa de Prevención y Mitigación de Impactos de Flora y Fauna**

**Actividad:** Controlar que los turistas y personal de trabajo no destruya las plantas ni realice cacería a los animales del lugar.

Indicador: Flora y fauna representativa del lugar.

Medio de Verificación: Observación.

Plazo: Constante.

## **Programa de capacitación y educación ambiental**

**Actividad:** Se debe capacitar al personal que labora en TURIAYAPEL S.A.S en los siguientes aspectos:

- Manejo de residuos sólidos.
- Manejo y atención de emergencias.
- Seguridad y salud ocupacional.
- Contingencias y emergencias.
- Manejo y operación de equipos.
- Señalización.

Indicador: Capacitación.

Medio de Verificación: Registro de Firmas y Fotografías

## **Programa De Contingencia para Incendios**

Actividad: Para la eficiencia de esta medida se debe contar con extintores de polvo seco PQS en perfecto funcionamiento y arena.

Indicador: Cero conatos de Incendios.

Medio de Verificación: Observación y Fotografía.

Costo: \$ 60.000 mil pesos

### **Programa de Manejo de Desechos Sólidos.**

**Actividad:** Se deberá clasificar los desechos en diferentes contenedores (orgánicos e inorgánicos) para los cuales estarán ubicados en diferentes áreas alrededor de TURIAYAPEL S.A.S.

Indicador: Tachos para la clasificación de desechos.

Medio de Verificación: Observación.

Costo: \$ 190 mil pesos

**Actividad:** Prohibido la incineración de la basura.

Indicador: Manejo adecuado de desechos.

Medio de Verificación: Observación.

**Actividad:** Contar con un área para la acumulación temporal de desechos hasta su debida recolección por parte de la municipalidad.

Indicador: Espacio de almacenamiento de desechos.

Medio de Verificación: Observación



## **6. CONCLUSIONES**

Posteriormente a la realización del estudio de mercado, del estudio técnico-organizacional, del estudio financiero y del estudio de impacto social y ambiental, se concluye que el plan de negocios para la creación de una empresa turística y de deportes acuáticos en el municipio de Ayapel, es factible. Primeramente, en el estudio de mercado se pudo observar que existe una demanda insatisfecha, pues bien, la demanda actual es mayor que la oferta actual. Inclusive, se observa que son muy pocos los oferentes de este tipo de servicio en el municipio ya que solo existe una empresa que se dedica a esta misma actividad.

Seguidamente, en el estudio técnico, tanto el tamaño de la operación para el primer año, la localización, la distribución en planta y el proceso de operación, se diagnosticaron óptimos para la prestación del servicio turístico. Con respecto, al tamaño de la operación, la empresa prevé cubrir el 15% de la demanda insatisfecha, lo cual es considerable, teniendo en cuenta a que existe mucha más demanda que oferta. En lo referente a la localización, Ayapel fue el más idóneo en cuanto a la disponibilidad locativa, el costo de arriendo y de servicios.

En el estudio organizacional se definió la sociedad por acciones simplificada como el tipo de empresa a conformar teniendo en cuenta que la responsabilidad recae sobre las deudas adquiridas en la empresa, dejando de lado su patrimonio personal. Además, se definió el direccionamiento estratégico, la estructura organizacional y el manual de funciones de la empresa.

Por su parte, en el estudio financiero se determinó la factibilidad del proyecto en base a las inversiones, los costos operacionales, las proyecciones de venta, el capital de trabajo, entre otros; permitiendo así, analizar que tanto el plan de negocio es sustentable, viable y rentable en el tiempo. Este estudio, arroja un valor presente neto de **2.227.650.632** el cual es la ganancia por encima de la que se obtendría al invertir en una alternativa de inversión con una tasa de oportunidad del 25%. De igual forma, arroja una TIR de 14% la cual está por encima de la tasa de oportunidad esperada. Ç

En base a lo anterior, se encontró un efecto positivo del turismo, es el incremento en empleo directo de hoteles, restaurantes, tiendas y empresas de transporte, ya que la mayoría de los turistas que visitan el municipio compran artesanías y productos típicos, hacen uso de los servicios de hospedajes y transporte que ofrece el municipio.

También cabe resaltar que los turistas que visitan estos municipios, tanto nacionales como extranjeros, la mayoría llegan de vacaciones a las fincas campestres que hay en el municipio, lo cual es un factor positivo, ya que principalmente el gran atractivo es la ciénaga, y aprovechamos esta oportunidad para ofrecer nuestros servicios.

Haciendo una recapitulación del conjunto de ideas anteriormente expuestas, se concluye que el municipio de Ayapel es un destino turístico, el cual no está bien posicionado dentro de la mente de los turistas, ya que desconocen su gran atractivo.

Se añade que el aspecto positivo más relevante es que en este municipio no existe una empresa que ofrezca estos servicios que logre satisfacer las necesidades tanto de los turistas que lo visitan, así como los habitantes del mismo, por lo que el retorno que se puede conseguir con la puesta en marcha de esta empresa es muy atractivo y ventajoso.

## **7. RECOMENDACIONES**

Concluido la propuesta para la creación de una empresa dedicada al turismo y deportes acuáticos en el municipio de Ayapel, se realizan las siguientes recomendaciones para este trabajo:

- Conservar los potenciales naturales existentes en el sector y utilizarlos de manera sustentable en las actividades turísticas.
- Incorporar recursos de señalización en lugares estratégicos para facilitar los paseos náuticos de la zona.
- Implementar estrategias de promoción y publicidad dirigidos a los visitantes que oferten las actividades de TURIAYAPEL S.A.S, para motivar el consumo.
- Innovar en la imagen corporativa, que sea más llamativa para el público y tener mayor reconocimiento del mercado.
- Se propone tomar este trabajo de grado como base para estudios posteriores que promuevan y mejoren los recorridos turísticos ofrecidos por las distintas empresas que se dedican a esta actividad, para que el turista tenga una visión más amplia a cerca de los destinos turísticos culturales de la ciudad.
- Se recomienda que en otro estudio los recorridos aquí expuestos se promocionen a nivel nacional e internacional, ya que serían de gran interés para los turistas que visiten el municipio, logrando así que al llegar los turistas ya conozcan un poco de los atractivos que visitaran.

- Para facilitar el manejo de toda la información sobre TURIAYAPEL S.A.S, se recomienda también la utilización de sitios de internet para que sean accesibles en todo el mundo y los turistas al buscar la información acerca del destino, puedan encontrar la información que necesitan para planear su viaje basándose en los deportes acuáticos y recorridos.
- Como parte de otro proyecto se propone la señalización de los sitios más importantes del municipio, como lo es la iglesia, al igual que las calles y plazoletas donde se pueda encontrar establecimientos de artesanías y dulces o comidas típicas. Con esto, también se busca tener un buen manejo del flujo de turistas al no permitir aglomeraciones dentro de las atracciones a visitar.
- Llevar a cabo la creación de la empresa, debido a que este mercado presenta una gran oportunidad de negocio y actualmente no hay ninguna empresa que preste estos servicios, por lo cual, se estaría aprovechando dicha oportunidad y generando un bienestar social.

## 8. Bibliografía

- Antonietti, L. B. (23 de 09 de 2017). *UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL*. Obtenido de SERVICIOS TURÍSTICOS : <http://utntyh.com/wp-content/uploads/2017/09/Servicios-Tur%C3%ADsticos.pdf>
- Armstrong, G. K.-G. (2013). Introducción al marketing: selección de capítulos de " Introducción al marketing". *Pearson Educación*.
- Cavassa, C. R. (2017). Servicios Turísticos. *Uiversidad Tecnológico Nacional*, 1. Obtenido de <http://utntyh.com/wp-content/uploads/2017/09/Servicios-Tur%C3%ADsticos.pdf>
- Cogollo, C. (2011). REPTILES DE ÁREAS ASOCIADAS A HUMEDALES DE LA PLANICIE DEL DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA, COLOMBIA. En J. E.-M.-A.-C. Carvajal-Cogollo, *REPTILES DE ÁREAS ASOCIADAS A HUMEDALES DE LA PLANICIE DEL DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA*, (págs. 427-438). Córdoba : Caldasia .
- Colombiaturismoweb. (14 de 03 de 2015). *colombia turismo web*. Obtenido de colombia turismo web: <http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/CORDOBA/MUNICIPIOS/AYAPEL/AYA PEL.htm>
- Contreras, J. H. (2018). *ACADEMIA*. Obtenido de ACADEMIA: [https://www.academia.edu/5288401/METODOS\\_DE\\_LOCALIZACION\\_PARA\\_UN\\_PROYECTO\\_M%C3%89TODO\\_CUALITATIVO\\_POR\\_PUNTOS](https://www.academia.edu/5288401/METODOS_DE_LOCALIZACION_PARA_UN_PROYECTO_M%C3%89TODO_CUALITATIVO_POR_PUNTOS)
- DANE. (2005\_2020). *proyecciones Municipal 2005\_2020*. Obtenido de DANE: [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06\\_20/7Proyecciones\\_poblacion.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/7Proyecciones_poblacion.pdf)
- Díaz, M. M. (2009). Ciénaga de Ayapel: riqueza en biodiversidad y recursos hídricos. *Banco de la Republica*, 1-74.
- Díaz, M. M. (2009). Ciénaga de Ayapel: riqueza en biodiversidad y recursos hídricos. *Banco de la República*, 1-74. Obtenido de BANCO de la República.
- García, J. (2000). *Prácticas de la Gestión Empresarial*. España.
- Gómez, L. (4 de Noviembre de 2004). Creación de empresas y estrategias, creaciones desde el enfoque de recursos. *Pensamiento y Gestión*, 22. Obtenido de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/3609/2325>
- Google Map. (15 de 03 de 2020). *Ayapel Google Maps*. Obtenido de Ayapel Google Maps: <https://www.google.com/maps/place/Ayapel,+C%C3%B3rdoba/@8.3115777,-75.1663117,14z/data=!4m5!3m4!1s0x8e5b84c65a6a840d:0x8e95c4f0495cb772!8m2!3d8.3092849!4d-75.140264>

Información general de Ayapel. (20 de 12 de 2015). *WaybackMachine*. Obtenido de WaybackMachine:  
[https://web.archive.org/web/20151220085028/http://www.ayapel-cordoba.gov.co/informacion\\_general.shtml#geografia](https://web.archive.org/web/20151220085028/http://www.ayapel-cordoba.gov.co/informacion_general.shtml#geografia)

Johnson y Van de Vee. (2002). Obtenido de  
<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/3609/2325>

LA REPUBLICA. (15 de FEBRERO de 2019). *LA REPUBLICA*. Obtenido de LA REPUBLICA:  
<https://www.larepublica.co/economia/el-turismo-a-colombia-crecio-8-en-2018-tras-la-llegada-de-42-millones-de-visitantes-2828455>

mincit. (15 de 02 de 2019). *Ministerio de Industria y Comercio* . Obtenido de Ministerio de Industria y Comercio : <http://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/el-turismo-obtuvo-resultados-historicos-en-2018>

OMS. (23 de 02 de 2018). *Organización Mundial de la Salud* . Obtenido de Organización Mundial de la Salud : <https://www.who.int/es>

population.city. (2017). *Poblacion* . Obtenido de Poblacion:  
<http://poblacion.population.city/colombia/ayapel/>

Rosario, D. O. (14 de 10 de 2016). *ISSU*. Obtenido de ISSU:  
[https://issuu.com/ambiental6/docs/trabajo\\_de\\_la\\_usta\\_geografia\\_y\\_clim](https://issuu.com/ambiental6/docs/trabajo_de_la_usta_geografia_y_clim)

## 9. ANEXOS



2005

**Figlas**



**\$36.000.000**

Preguntar

Información sobre el vendedor

Nombre

Jose

Teléfono

[Ver teléfono](#)



Nuevo - 9 vendidos

**Kayak En Polietileno  
Naranja De Alta  
Resistencia**

**\$1.470.000**

Publicación pausada

Información sobre el vendedor

Ubicación  
Envigado, Antioquia

**MercadoLider Platinum**  
[Es uno de los mejores del sitio!]



2020

**Lancha Ponton Planchon  
Bote Yate**



**\$160.000.000**

Preguntar

Información sobre el vendedor



Nuevo - 561 vendidos

### Chaleco Salvavidas Adulto

★★★★★ 19 opiniones

\$ 50.000

Stock disponible

36 cuotas de \$ 1.389



Más información

Envío a nivel nacional

Conoce los tiempos y las formas de envío

[Calcular cuándo llega](#)



Nuevo - 15 vendidos

### Bomba Sumergible 1.5hp. Tipo Lapicero Yazuki Envío Gratis

\$ 920.000

Stock disponible

12 cuotas de \$ 76.667 sin interés



Más información

Envío gratis a nivel nacional

Medellín, Antioquia

[Ver costos de envío](#)

¡Último disponible!

Comprar



Nuevo - 18 vendidos

### Casio Pcr-t273 Caja Registradora 24 Departamentos 999 Plu

★★★★★ 2 opiniones

\$ 569.990

Stock disponible

12 cuotas de \$ 47.499 sin interés



Más información

Envío gratis a nivel nacional

Conoce los tiempos y las formas de envío

[Calcular cuándo llega](#)



9 vendidos

### All In One Lenovo 330- 20ast Amd A6 Ram4gb Dd500g W10h 19,5

★★★★★ 5 opiniones

~~\$ 1.699.900~~

\$ 1.289.900 24% OFF

Stock disponible

36 cuotas de \$ 35.831



Más información

Envío gratis a nivel nacional

Conoce los tiempos y las formas de envío

[Calcular cuándo llega](#)





### Tanque De 2000 Litros Negro Eternit



\$ 507.990

Stock disponible

36 cuotas de \$ 14.111



[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor

Fontibón, Bogotá D.C.

[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 Unidad (15 disponibles)

Comprar



Nuevo - 20 vendidos

### Silla Para Sala De Espera Cuatro Puestos



\$ 325.000

Stock disponible

36 cuotas de \$ 9.028



[Más información](#)

Envío gratis a nivel nacional

Conoce los tiempos y las formas de envío

[Calcular cuándo llega](#)

☐ Comparar



★★★★★ (40)

**Karson**  
**Silla de Escritorio con Brazos**  
**Negra**

SKU: 258548

Precio normal:

**\$99.900** UND



120 vendidos

### Escritorio Con Cajón Maderkit M01140 -prm

~~\$ 240.900~~

**\$ 150.900** 28% OFF

Stock disponible

12 cuotas de \$ 12.575 sin interés

VISA

Más información

Entrega a acordar con el vendedor

Yumbo, Valle Del Cauca

[Ver costos de envío](#)

Color: Negro

Cantidad: 1 Unidad (25 disponibles)



Nuevo - 544 vendidos

### Bombillo Led 12w Luz Blanca Calida Rosca E27 Super Ahorro

**\$ 5.990**

Stock disponible

36 cuotas de \$ 166

VISA

Más información

Envío a nivel nacional

Conoce los tiempos y las formas de envío

[Calcular cuándo llega](#)

Color de luz: LUZ BLANCA



Nuevo - 70 vendidos

### Reflector Led 100w

★★★★★ 2 opiniones

**\$ 89.000**

Stock disponible

36 cuotas de \$ 2.472

VISA

Más información

Envío gratis a nivel nacional

Conoce los tiempos y las formas de envío

[Calcular cuándo llega](#)

Cantidad: 1 Unidad (939 disponibles)

Comprar



Nuevo - 330 vendidos

### Panel Lampara Bala Plafón Led Sobreponer 18w

★★★★★ 6 opiniones

\$ 16.000

Stock disponible

36 cuotas de \$ 444



Más información

Envío a nivel nacional

Conoce los tiempos y las formas de envío

[Calcular cuándo llega](#)

Cantidad: 1 Unidad (384 disponibles)

Comprar



52 vendidos

### Nevera Frost De 210 L Grafito Mabe - Rmu210nacg

★★★★★ 2 opiniones

~~\$ 1.028.990~~

\$ 799.900 22% OFF

Stock disponible

36 cuotas de \$ 22.219



Más información

Envío gratis a nivel nacional

Conoce los tiempos y las formas de envío

[Calcular cuándo llega](#)

Color: Negro



43 vendidos

### Ventilador Techo 3 Aspas Negro

★★★★★ 2 opiniones

\$ 99.900

Stock disponible

36 cuotas de \$ 2.775



Más información

Envío gratis a nivel nacional

Conoce los tiempos y las formas de envío

[Calcular cuándo llega](#)



Nuevo - 13 vendidos

### Papelera Pedal 12l Colplast 762 -gris

\$ 22.880

Stock disponible

12 cuotas de \$ 1.907 sin interés



Más información

Envío a nivel nacional

Conoce los tiempos y las formas de envío

[Calcular cuándo llega](#)

Color: Gris

Cantidad: 1 Unidad (2 disponibles)



Nuevo - 43 vendidos

### Punto Ecologico De 35 Lts 3 Puestos + Obsequio Bolsas

★★★★★ 2 opiniones

\$ 188.900

Stock disponible

12 cuotas de \$ 15.742 sin interés

VISA Mastercard

Más información

Envío gratis a nivel nacional

Conoce los tiempos y las formas de envío

Calcular cuándo llega

Cantidad: 1 Unidad (2 disponibles)



Nuevo

### Botiquín De Primeros Auxilios Para El Automóvil U Oficina

\$ 273.900

Stock disponible

36 cuotas de \$ 7.608

VISA Mastercard

Más información

Envío gratis a nivel nacional

Conoce los tiempos y las formas de envío

Calcular cuándo llega

Cantidad: 1 Unidad (12 disponibles)



Nuevo - 58 vendidos

### Jabon Líquido Antibacterial Garrafa 20 - L a \$4125

\$ 82.500

Stock disponible

12 cuotas de \$ 6.875 sin interés

VISA Mastercard

Más información

Envío gratis a nivel nacional

Conoce los tiempos y las formas de envío

Calcular cuándo llega

Cantidad: 1 Unidad (5 disponibles)

Comprar



Nuevo - 67 vendidos

### Papel Higienico Industrial 250mts X 4 Rollos

★★★★★ 5 opiniones

\$ 33.000

Stock disponible

12 cuotas de \$ 2.750 sin interés



Más información

Envío a nivel nacional

Conoce los tiempos y las formas de envío

[Calcular cuándo llega](#)

Cantidad: 1 Unidad (2 disponibles)

Comprar



Nuevo - 15 vendidos

### Servilleta Partida Familia Institucional 600 Servilletas

\$ 11.000

Stock disponible

12 cuotas de \$ 917 sin interés



Más información

Envío a nivel nacional

Conoce los tiempos y las formas de envío

[Calcular cuándo llega](#)



Nuevo - 156 vendidos

### Dispensador De Papel Higiénico Institucional Super Promo!!

★★★★★ 2 opiniones

\$ 34.900

Stock disponible

12 cuotas de \$ 2.908 sin interés



Más información

Envío a nivel nacional

Conoce los tiempos y las formas de envío

[Calcular cuándo llega](#)

Cantidad: 1 Unidad (4 disponibles)



136 vendidos

### Dispensador De Agua Con Nevera Kalley K-wd15kr

★★★★★ 10 opiniones

\$ 466.900

Stock disponible

36 cuotas de \$ 12.969



Más información

Envío gratis a nivel nacional

Conoce los tiempos y las formas de envío

[Calcular cuándo llega](#)

Cantidad: 1 Unidad (517 disponibles)

Comprar